

Alimentación en España 2013

Producción
Industria
Distribución
Consumo

MERCASA

Objetivos...



VISITE NUESTRO SITIO WEB

VEA NUESTRO VIDEO CORPORATIVO

CMR group

Objetivos...
Juntos los conseguiremos





Porque nuestro equipo está respaldado por más de 100 años de trayectoria y evolución, y compartimos el objetivo de alcanzar las más altas metas con los que forman parte de él...

El valor de la experiencia.



Porque conocemos las necesidades de nuestro partner productor y se las facilitamos: servicio, seguridad, información constante, retorno económico inmediato...

La unión nos hace más fuertes.



Porque nuestra oferta hortofrutícola es amplia y cubre todo el año las necesidades de nuestros clientes. Buen producto y eficaz distribución constituyen...

Nuestra fórmula ganadora.



Porque tu experiencia como profesional unida a nuestra amplia red empresarial nos permitirá ganar a ambos...

Un beneficio mutuo.

Porque nuestra unión nos hará crecer y expandir nuestros negocios para juntos llegar a lo más alto.

¿Te unes para conseguirlos juntos?

FRUITS CMR
MERCABARNA
Polígon Estruch - c/ Sis, n.º 1
08820 EL PRAT DE LLOBREGAT
BARCELONA - SPAIN
Tel. (+34) 93 262 66 00*
Fax (+34) 93 262 66 01
cmr@cmrfruits.com

CMR FRANCE
PERPIGNAN - FRANCE
cmr@cmrfrance.com

CMR INFINITA
MERCAMADRID
MADRID - SPAIN
infinita@cmrinfinita.com

CMR CANARIAS
LA PALMA-ISLAS CANARIAS - SPAIN
gerencia@cmrcanarias.es

CMR HOLLAND
WADDINXVEEN - HOLLAND
cmr@cmrholland.com

CMR BRASIL
NATAL - BRASIL
cmr@cmrbras.com.br

CMR group
WORLD FRUIT MANAGEMENT

Marcas propias comercializadas:

www.cmrgroup.es

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS • TROPICALES Y EXÓTICOS • FRUTOS DEL BOSQUE • CÍTRICOS
PRODUCTOS DE IV Y V GAMA • HIERBAS AROMÁTICAS • PRODUCCIÓN INTEGRADA • MINI-HORTALIZAS

CMR

Objetivos...



VISITE NUESTRO SITIO WEB

VEA NUESTRO VIDEO CORPORATIVO

CMR group

Alimentación en España 2013

Producción
Industria
Distribución
Consumo

MERCASA



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

16ª EDICIÓN. 2013/2014

EDITA:

MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: EDUARDO AMEIJIDE Y MONTENEGRO

DIRECTOR: ÁNGEL JUSTE

REDACCIÓN: HÉCTOR SAINZ, ATAÚLFO SANZ, JUAN AGUADO Y VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

EDICIÓN, DISEÑO Y MAQUETACIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA, JOSÉ LUIS FRANCO Y JULIO FERNÁNDEZ

FOTOGRAFÍA: JOAQUIN TERÁN

PUBLICIDAD: MARTÍN CASTRO

IMPRESIÓN: AGSM

FOTO PORTADA: GOLD GOURMET. MADRID

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA 2010 A LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO ALIMENTARIO

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PUBLICIDAD: MERCASA

PASEO DE LA HABANA, 180. 28036 MADRID

TELÉFONOS: 913 506 489 / 913 500 609. FAX: 913 504 304 / 913 504 790

mercasa@mercasa.es

www.mercasa.es

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.

MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C010792

Índice general

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES 4

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 5

CUMPLIENDO COMPROMISOS

MIGUEL ARIAS CAÑETE. MINISTRO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE 6

AMPLIAR MERCADOS PARA GENERAR OPORTUNIDADES

RAMÓN AGUIRRE RODRÍGUEZ. PRESIDENTE DE LA SOCIEDAD ESTATAL DE PARTICIPACIONES INDUSTRIALES (SEPI) 8

LIDERAZGO PARA IMPULSAR LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA

EDUARDO AMEIJIDE Y MONTENEGRO. PRESIDENTE DE MERCASA 10

NUEVOS ÁMBITOS Y OPORTUNIDADES EN LA PROMOCIÓN ALIMENTARIA

FERNANDO JOSÉ BURGAZ MORENO. DIRECTOR GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE 12

IMPULSO A LA MODERNIZACIÓN E INNOVACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL

CARMEN CÁRDENO PARDO. DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO INTERIOR. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD 14

DATOS BÁSICOS 17

PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA EN 2012 18

COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENARIO 25

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN 2012 30

ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA 34

CONSUMO ALIMENTARIO EN 2012 38

INFORMACIÓN POR SECTORES 51

CEREALES 52

HARINAS 57

PAN 58

GALLETAS 65

CEREALES PARA DESAYUNO 73

PASTAS ALIMENTICIAS 74

ARROZ 79

LEGUMBRES 85

LEGUMBRES 87

FRUTAS Y HORTALIZAS 95

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 161

CARNES 191

HUEVOS 221

PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 228

OLIVAR 246

SEMILLAS OLEAGINOSAS 271

AZÚCAR 280

DULCES Y CARAMELOS 286

TURRONES Y MAZAPANES 289

MIEL 296

CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO 303

PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS 308

CALDOS Y SOPAS 313

PRODUCTOS DIETÉTICOS 316

PRODUCTOS FUNCIONALES 318

ALIMENTACIÓN INFANTIL 319

ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS 322

VINAGRE 331

CAFÉ 334

INFUSIONES 335

CERVEZA 340

AGUAS ENVASADAS 344

VINO 349

BEBIDAS ESPIRITUOSAS 383

BEBIDAS REFRESCANTES 398

PRODUCCIÓN INTEGRADA 403

AGRICULTURA ECOLÓGICA 404

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 413

ANDALUCÍA 414

ARAGÓN 420

ASTURIAS 426

CANARIAS 432

CANTABRIA 438

CASTILLA-LA MANCHA 444

CASTILLA Y LEÓN 450

CATALUÑA 457

COMUNIDAD DE MADRID 463

COMUNIDAD VALENCIANA 469

EXTREMADURA 475

GALICIA 481

ISLAS BALEARES 487

LA RIOJA 493

NAVARRA 499

PAÍS VASCO 505

REGIÓN DE MURCIA 513

ÍNDICE DE ANUNCIANTES 440

Índice general

INFORMACIÓN POR SECTORES 51

- CEREALES 52
- CEBADA 53
- TRIGO 54
- MAÍZ 55
- ARROZ 55
- OTROS CEREALES 56
- HARINAS 57
- PAN 58
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES 62
- GALLETAS 65
- PASTELERÍA INDUSTRIAL 66
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES 71
- CEREALES PARA DESAYUNO 73
- PASTAS ALIMENTICIAS 74
- PASTA FRESCA 75
- ARROZ 79
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ 83
- LEGUMBRES 85
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES 92
- FRUTAS Y HORTALIZAS 95
- FRUTAS 97
- PLÁTANO 104
- CÍTRICOS 104
- FRUTOS SECOS 108
- HORTALIZAS 111
- FRUTAS Y HORTALIZAS 120
- PRODUCTOS VEGETALES CONGELADOS 133
- CONSERVAS VEGETALES 134
- ZUMOS 139
- PATATAS FRITAS, FRUTOS SECOS Y SNACKS 143
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS 147
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS 153
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS 160
- LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 161
- LECHE LÍQUIDA 165
- PRODUCTOS LÁCTEOS 171
- HELADOS 173
- QUESOS 175
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 180
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE QUESOS 182
- CARNES 191
- VACUNO 191
- PORCINO 192
- OVINO Y CAPRINO 193
- CARNE DE AVES 194
- CARNE DE CONEJO 196
- OTRAS CARNES 197
- PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE 197
- ELABORADOS CÁRNICOS 204
- JAMÓN CURADO 206
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES 208
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES 214
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS 217
- HUEVOS 221
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS 225
- PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 228
- PESCADO Y MARISCO FRESCO 236
- ACUICULTURA 238
- PRODUCTOS CONGELADOS 239
- CONSERVAS DE PESCADO 240
- AHUMADOS 243
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 244
- OLIVAR 246
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA 253
- ACEITUNA DE MESA 262
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA 270
- SEMILLAS OLEAGINOSAS 271
- ACEITES DE SEMILLAS 273
- MARGARINA 277
- AZÚCAR 280
- DULCES Y CARAMELOS 286
- TURRONES Y MAZAPANES 289
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE TURRONES Y MAZAPANES 294
- MIEL 296
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL 301
- CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO 303
- PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS 308
- PRODUCTOS DESHIDRATADOS 312
- COMIDA ÉTNICA 312
- CALDOS Y SOPAS 313
- PRODUCTOS DIETÉTICOS 316
- PRODUCTOS FUNCIONALES 318
- ALIMENTACIÓN INFANTIL 319
- ALIMENTOS PARA NIÑOS 321
- ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS 322
- SAL 327
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS 330
- VINAGRE 331
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE 333
- CAFÉ 334
- INFUSIONES 335
- CERVEZA 340
- AGUAS ENVASADAS 344
- VINO 349
- VINOS DE MESA Y DE LA TIERRA 356
- MOSTO 357
- VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN 358
- CAVA 360
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO 362
- BEBIDAS ESPIRITUOSAS 383
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS 388
- SIDRA 393
- DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS 397
- VERMOUTH 397
- BEBIDAS REFRESCANTES 398
- PRODUCCIÓN INTEGRADA 403
- AGRICULTURA ECOLÓGICA 404

Índice general

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES 413

ANDALUCÍA 414
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 414
INDUSTRIA ALIMENTARIA 415
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 416
CONSUMO ALIMENTARIO 416
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 418
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 419

ARAGÓN 420
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 420
INDUSTRIA ALIMENTARIA 421
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 422
CONSUMO ALIMENTARIO 422
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 424
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 425

ASTURIAS 426
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 426
INDUSTRIA ALIMENTARIA 427
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 428
CONSUMO ALIMENTARIO 428
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 430
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 431

CANARIAS 432
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 432
INDUSTRIA ALIMENTARIA 433
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 434
CONSUMO ALIMENTARIO 434
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 436
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 437

CANTABRIA 438
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 438
INDUSTRIA ALIMENTARIA 439
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 440
CONSUMO ALIMENTARIO 440
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 442
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 443

CASTILLA-LA MANCHA 444
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 444
INDUSTRIA ALIMENTARIA 445
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 446
CONSUMO ALIMENTARIO 446
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 448
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 449

CASTILLA Y LEÓN 450
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 450
INDUSTRIA ALIMENTARIA 451
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 452
CONSUMO ALIMENTARIO 452
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 454
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 456

CATALUÑA 457
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 457
INDUSTRIA ALIMENTARIA 458
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 459
CONSUMO ALIMENTARIO 459
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 461
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 462

COMUNIDAD DE MADRID 463
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 463
INDUSTRIA ALIMENTARIA 464
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 465
CONSUMO ALIMENTARIO 465
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 467
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 468

COMUNIDAD VALENCIANA 469
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 469
INDUSTRIA ALIMENTARIA 470
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 471
CONSUMO ALIMENTARIO 471
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 473
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 474

EXTREMADURA 475
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 475
INDUSTRIA ALIMENTARIA 476
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 477
CONSUMO ALIMENTARIO 477
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 479
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 480

GALICIA 481
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 481
INDUSTRIA ALIMENTARIA 482
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 483
CONSUMO ALIMENTARIO 483
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 485
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 486

ISLAS BALEARES 487
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 487
INDUSTRIA ALIMENTARIA 488
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 489
CONSUMO ALIMENTARIO 489
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 491
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 492

LA RIOJA 493
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 493
INDUSTRIA ALIMENTARIA 494
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 495
CONSUMO ALIMENTARIO 495
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 497
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 498

NAVARRA 499
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 499
INDUSTRIA ALIMENTARIA 500
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 501
CONSUMO ALIMENTARIO 501
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 503
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 504

PAÍS VASCO 505
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 505
INDUSTRIA ALIMENTARIA 506
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 507
CONSUMO ALIMENTARIO 507
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 511
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 512

REGIÓN DE MURCIA 513
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA 513
INDUSTRIA ALIMENTARIA 514
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA 515
CONSUMO ALIMENTARIO 515
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN 517
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD 518

Cumpliendo compromisos

MIGUEL ARIAS CAÑETE. **Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**



En el año transcurrido desde el anterior informe Alimentación en España, elaborado por Mercasa, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha seguido avanzando en su programa de trabajo. En concreto, en dos ámbitos complementarios y fundamentales, ambos, para el desarrollo del sector agroalimentario, que se ha constituido en uno de los motores de la recuperación económica de nuestro país.

En primer lugar, y tras meses de intensas negociaciones, hemos conseguido garantizar un marco de estabilidad para el sector agrario español. El acuerdo alcanzado por los jefes de Estado y de Gobierno sobre el presupuesto comunitario para el horizonte 2014-2020 supone 47.000 millones de euros de ayudas al sector, cantidad, incluso, superior a la del periodo 2007-2013. Y ello, en un momento de restricciones presupuestarias, también en el ámbito comunitario.

Asimismo, en el Consejo de Ministros de Agricultura de la Unión Europea, del pasado mes de junio, cerramos un acuerdo sobre la reforma de la Política Agrícola Común que permitirá lograr nuestro principal objetivo: el fortalecimiento de nuestro sector productor y la vertebración del sistema agroalimentario español.

Pero somos conscientes, también, de que el 70% de las rentas del sector provienen de un mercado cada vez más competitivo. Y, por ello hemos puesto en marcha importantes reformas estructurales de ámbito nacional, dirigidas a fomentar el crecimiento del sector agroalimentario, impulsando su capacidad de negociación, sus posibilidades de acceder a nuevos mercados y su potencial innovador.

En este sentido, ya está aprobada, con el consenso de todas las fuerzas políticas, la Ley de Fomento de la Integración de Cooperativas y otras Entidades Asociativas Agroalimentarias, que aporta herramientas y apoyos necesarios para fomentar la integración en entidades asociativas de ámbito superior al autonómico. Se trata de impulsar un modelo cooperativo empresarial profesionalizado, generador de valor y con dimensión relevante para producir y comercializar a escala global.

También hemos impulsado la Ley de Medidas para la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria, que tiene como objetivo mejorar

su vertebración, incidiendo en el aumento de la eficacia y competitividad del sector y en la reducción del desequilibrio en las relaciones comerciales entre los operadores. Todo ello en el marco de una competencia justa, que redunde en beneficio de todos, sector y consumidores.

Se basa en un modelo mixto. Por un lado, el de regulación, con la obligación de formalizar los contratos por escrito entre los operadores de la cadena, para garantizar la seguridad jurídica y la equidad en las relaciones comerciales, además de evitar prácticas comerciales abusivas.

Además de estas iniciativas en el ámbito legislativo, hemos presentado estrategias muy relevantes, en relación con la eficiencia y el acceso a los mercados, y con la dimensión social y medioambiental de la alimentación.

Así, el pasado mes de julio, presentamos, junto con el Ministerio de Economía y Competitividad, las Líneas Estratégicas de Internacionalización del Sector Agroalimentario, en las que se fijan cuatro grandes ejes de actuaciones, referidos a la coordinación, la información, la promoción y la exportación e implantación en el exterior. Se ha constituido el Comité Consultivo Sectorial del Grupo de Trabajo de Internacionalización. Y están formalizándose seis grupos sobre los principales sectores de exportación, como el cárnico, frutas y hortalizas, productos de la pesca y la acuicultura, aceite de oliva y aceituna de mesa, y vino, y uno específico sobre gastronomía.

Por otra parte, la Estrategia "Más alimento, menos desperdicio", que presentamos en el mes de abril, es ambiciosa y parte de un enfoque global, solicitando esfuerzos a todos los actores implicados. Tiene una duración de tres años y está definida en cinco grandes áreas de actuación, referidas a los ámbitos del conocimiento del problema del desperdicio alimentario, el establecimiento de buenas prácticas y la difusión y promoción de las mismas, los aspectos normativos que pueden afectarle, la colaboración con otros agentes y el fomento y desarrollo de nuevas tecnologías que ayuden a minimizar el problema.

También hemos trabajado de un modo especial en sectores en dificultades, como el lácteo. Así, hemos puesto en marcha el Programa de Productos Lácteos Sostenibles, que tiene como objetivo garantizar la sostenibilidad del sector y retribuir, de manera proporcionada, el valor que añaden todos y cada uno de los componentes de la cadena de suministro de leche y productos lácteos.

Este programa constituye, por tanto, la expresión pública e inequívoca de una voluntad compartida entre Administración y empresas. Por parte de las industrias lácteas, con la implantación de los contratos para el suministro de leche cruda en España, conforme al Real Decreto de octubre de 2012 y con la identificación del origen español de la leche. Y por el lado de las empresas de la distribución alimentaria, actuando para mejorar la percepción del consumidor.

El Ministerio apoya con acciones de comunicación y actividades de promoción orientadas a incentivar el consumo de leche y de productos lácteos, difundiendo el logotipo del Programa.

Iniciativas todas ellas que, junto con otras muchas, constituyen el reflejo del firme compromiso del Gobierno de España con el sector agroalimentario. A lo largo de este año, hemos puesto a disposición de los operadores de la cadena alimentaria los instrumentos y herramientas necesarios para consolidar este sector como fuente de riqueza y empleo. Confío en que se utilicen de la mejor manera posible, lo que, sin duda, supondrá un importante salto cualitativo y cuantitativo para el futuro del sector agroalimentario.

Ampliar mercados para generar oportunidades

RAMÓN AGUIRRE RODRÍGUEZ. **Presidente de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI)**



No hay nadie menos afortunado que el hombre a quien la adversidad olvida, pues no tiene oportunidad de ponerse a prueba. Esta reflexión, tomada prestada de Séneca, cobra a día de hoy un especial sentido cuando nos referimos al sector agroalimentario español. Porque la situación económica que atraviesan Europa y España ha puesto precisamente de manifiesto la especial fortaleza de nuestro sector agroalimentario en materia de comercio exterior.

El sector agroalimentario español ocupa ya el cuarto lugar en la Unión Europea y contribuye de manera estable y decidida al desarrollo de nuestra economía, con un peso en el PIB cercano al 8% y un empleo que representa el 10,3% del total español; afirmación ésta que sin duda comparte el Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT), al afirmar que el sector agroalimentario español es uno de los sectores de la economía más relevantes por su fortaleza y conocimiento en el extranjero, habiendo llegado a representar el 16% del total de las exportaciones de nuestro país en el ejercicio pasado.

Pero, a pesar de estos positivos resultados, nuestra mirada debe ir más lejos. El objetivo del sector, en el que Mercasa no puede quedarse al margen, tiene necesariamente que pasar por incrementar la presencia de España en las plazas internacionales y acercar nuestros productos a nuevos mercados.

Mercasa debe tener la ambición y amplitud de miras suficiente para intentar jugar un papel relevante en esta nueva realidad. En este sentido, la aprobación y adopción de un nuevo Plan Estratégico 2013-2016, que se replantee el modelo tradicional de Mercasa y de la red de Mercas, puede ser un buen comienzo.

Asimismo, cabe resaltar la búsqueda y desarrollo de nuevos ámbitos de negocio en el exterior, un pilar básico de actuación en la estrategia futura a desarrollar, como bien demuestran los nuevos proyectos de Mercasa en África, América Latina o el Este de Europa.

Por otra parte, el sector agroalimentario tampoco puede dejar a un lado la innovación, porque innovar es fundamental para crecer, y, en entornos globales, crecer lo es para competir.

Mercasa conoce esta afirmación, y por eso ha decidido poner en marcha una serie de proyectos de innovación, como Mercachef, Mercafresh, Mercaorigen, que contribuirán a generar mayor actividad en la cadena alimentaria, especialmente en el eslabón del comercio mayorista de alimentación fresca.

Iniciativas a las que suma el impulso a la modernización e implantación de mercados minoristas en el centro de las ciudades, así como en los nuevos desarrollos urbanos, favoreciendo el progreso del pequeño comercio detallista.

Porque innovar, mejorar y adaptarse siempre tiene su recompensa, a veces con la consolidación de mercados, otras con la posibilidad de apertura a oportunidades nuevas, y en el caso de Mercasa también con el otorgamiento por parte de AENOR del Sello de Excelencia Europea 500+ a Mercasturias, como reconocimiento al compromiso de todos en la mejora continua de satisfacción de las expectativas.

Todas estas actuaciones, que se suman a actividades de sostenibilidad y de responsabilidad social corporativa, refuerzan de igual modo la vocación de servicio público de Mercasa a la cadena alimentaria. Proyectos, iniciativas e ideas que cuentan con el compromiso y apoyo de todos para hacer que Mercasa y el sector agroalimentario español sigan contribuyendo de manera decidida a la recuperación de la economía de España y de su sociedad.

Liderazgo para impulsar la recuperación económica

EDUARDO AMEIJIDE Y MONTENEGRO. PRESIDENTE DE MERCASA



Nadie pone en duda que el sector alimentario en su conjunto, desde la producción al consumo, está contribuyendo de manera decisiva a la salida de la crisis y al inicio de la recuperación económica. Un sector generador de empleo, líder en la actividad industrial y con un creciente potencial exportador.

Los informes sobre Alimentación en España, que Mercasa viene realizando desde hace 16 años, son un buen reflejo de cómo ha evolucionado la realidad del sector alimentario. La presente edición, con datos de 2012, que se reafirman en la evolución más reciente en 2013, demuestra que, aún en momentos difíciles, se mantiene la pujanza de la producción, la transformación industrial y el comercio interior y exterior de alimentos.

En el origen de la cadena alimentaria, el valor de la Producción de la Rama Agraria española ascendió en 2012 a 43.151 millones de euros, un 4,3% más que en el año anterior, mientras que las ventas netas de productos de la industria alimentaria ascendieron a 86.300 millones de euros.

La industria alimentaria española contaba en 2012 con unas 29.000 empresas, con una mínima reducción del -0,5% frente al año anterior, que contrasta con la disminución del -1,6% en el número de empresas activas en el total de la economía.

El número medio de personas ocupadas en la industria alimentaria durante 2012 ascendió a unas 440.000 personas, que suponen el 20% de todo el empleo industrial en España. Respecto al ejercicio anterior, aumentó la participación del empleo en la industria alimentaria sobre el total industrial y, además, se elevó su contribución al empleo total de la economía española.

Como viene siendo habitual, en 2012 las exportaciones agroalimentarias

superaron con creces a las importaciones, hasta el punto de aumentar el saldo positivo para la balanza comercial española en un 88% respecto al año anterior.

Una evolución que demuestra la progresiva internacionalización de la industria alimentaria española, impulsada también por los programas públicos de apoyo para incrementar la presencia exterior de los alimentos y bebidas de nuestro país.

En el comercio minorista, un tercio de las licencias concedidas se asocia al comercio de alimentos y bebidas, con una actividad comercial que se ha visto afectada por la crisis en los últimos años, pero manteniendo una posición más favorable que otros sectores. Así, en 2012, las ventas minoristas de alimentación descendieron la mitad que la media total del comercio y una tercera parte respecto a los productos no alimentarios.

Y en cuanto al consumo, los datos del panel que elabora el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente sitúan el gasto total en alimentación y bebidas en unos 100.700 millones de euros durante 2012, un 67% correspondiente a hogares y el 33% restante a los establecimientos de hostelería y restauración.

Detrás de todos estos datos básicos se esconde una amplia y compleja realidad económica, empresarial y social muy relevante, de la que todos terminamos formando parte, porque todos somos consumidores y nuestro impulso personal y colectivo a la hora de comprar y comer es determinante para el comportamiento de los diferentes eslabones de la cadena alimentaria.

Por ello, todos los actores institucionales, sectoriales y empresariales que nos movemos en torno a la alimentación debemos estar muy atentos a la información y sobre todo a las señales que nos envían los consumidores.

Y en este sentido hay algunas evidencias claras. Por ejemplo, a la hora de elegir dónde comprar y qué consumir.

Una de las conclusiones de los cambios de los últimos años es la importancia creciente del factor precio, pero sin restar protagonismo a conceptos como proximidad, servicio, calidad y gusto, especialmente en los alimentos frescos.

El modelo actual de distribución y consumo alimentario refleja, en este sentido, una gran diversidad de formas de vender, comprar y consumir, en la que el liderazgo destacado de unos no impide la evolución positiva de otros, siempre que apuesten por la innovación y respondan a las necesidades de la demanda.

La cadena alimentaria ha demostrado, en definitiva, un gran dinamismo en las últimas décadas en España, que se mantiene en la actualidad. Es nuestra obligación estar muy atentos a los cambios actuales y futuros, para darles respuestas adecuadas y seguir reflejando año a año esta realidad en futuras ediciones de Alimentación en España.

Nuevos ámbitos y oportunidades en la promoción alimentaria

FERNANDO JOSÉ BURGAZ MORENO. Director General de la Industria Alimentaria. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente



La diversidad y calidad de los productos alimentarios españoles son ampliamente reconocidas en los mercados internacionales, buena prueba de ello la encontramos en el importante crecimiento que, año tras año, viene logrando la cifra de exportaciones alimentarias, llegando a superar en el pasado ejercicio los 38.000 millones de euros. Pero ello no debe hacernos olvidar la importancia del mercado interior y la necesidad de poner en valor nuestros productos y la necesidad de sensibilizar al consumidor a cerca de los beneficios de su consumo y sobre la calidad y amplitud de la oferta que la cadena alimentaria es capaz de poner a su disposición.

En el diseño de las políticas de promoción que se están impulsando desde el Ministerio en este momento, concebidas como un instrumento complementario a las medidas que el Departamento está promoviendo en favor del sector agrario, se está poniendo una especial atención en valorizar la imagen de la actividad agraria y la del resto de los operadores de la cadena de suministro, poniendo especialmente en relieve el papel del agricultor y ganadero. También se están trabajando especialmente los mensajes y los medios más idóneos para llegar a los jóvenes, e igualmente se están buscando las sinergias adecuadas en relación con la gastronomía y los consumidores.

Atendiendo a estos criterios, aprovecharé la oportunidad de este breve texto, para presentar algunas de las nuevas actividades que, desde el pasado año, venimos promoviendo en el ámbito de la promoción alimentaria, en alguna de las cuales MERCASA participa muy directamente.

La primera de estas iniciativas, que ya se encuentra en marcha desde hace pocos meses, es el programa “Bienvenidos al Campo”, consistente en un portal web, con la dirección http://www.bienvenidosalcampo.es, cuyo objetivo fundamental es el acercar el sector agroalimentario a la sociedad y a los consumidores, poniendo en valor la profesionalidad de sus operadores y mostrando la calidad de sus productos.

A través de este portal los consumidores podrán conocer de primera mano el día a día de las explotaciones y el trabajo de los agricultores y ganaderos, así como la actividad que desarrollan las industrias agroalimentarias, en especial, los estrictos requisitos que deben cumplir y la calidad y seguridad de los alimentos que producen y elaboran, así como el trabajo de las empresas de la distribución que acercan los productos hasta ponerlos a disposición del consumidor.

Además, con el fin de generar un mayor interés por el mundo rural y su actividad, por primera vez se ha reunido en un único portal web información sobre los agentes que más allá de la producción y transformación de alimentos, ofrecen otras actividades complementarias, que se localizan próximas a

las explotaciones, como el agroturismo (incluido tanto el alojamiento, como la oferta gastronómica) o la comercialización directa de productos.

El portal se ha desarrollado inicialmente entorno al sector lácteo, como parte del programa de medidas que, en apoyo de este sector, se han promovido desde el Ministerio, pero su objetivo es abarcar el conjunto de la actividad del sector alimentario, por lo que se irán incorporando progresivamente otros ámbitos de la producción, siguiendo en primer lugar por el aceite de oliva.

Se trata de un portal colaborativo en el que todos los actores que componen la cadena de suministro y quieran participar en la iniciativa pueden incorporar a la misma aquellos contenidos que permitan mostrar su quehacer, de tal forma que de una manera sencilla y directa, mediante videos, fotografías o documentos, podrán explicar su actividad a una población que consume sus productos, pero que mayoritariamente desconoce el camino que estos recorren del campo a la mesa, así como tampoco la realidad y complejidad de los procesos productivos.

El segundo de los aspectos que quisiera destacar es que hemos considerado especialmente importante reforzar las actuaciones de promoción y divulgación dirigidas a jóvenes y niños. En este sentido hemos continuado las actividades destinadas a los más pequeños mediante talleres de alimentación en colegios e institutos. En estos talleres se busca trasmitir, mediante un enfoque ameno y pedagógico, los beneficios saludables que comporta el consumo de los diferentes alimentos que componen la dieta mediterránea, con el objetivo de trasladarles la importancia de una alimentación sana y equilibrada.

Para dotar a estas actividades de un mayor atractivo, se incluye en el taller una actividad culinaria, de forma que ellos mismos elaboran un plato con una receta que incluye los alimentos que componen la dieta mediterránea y que posteriormente consumen.

Los talleres se desarrollan en múltiples centros escolares, en diversas provincias, y en ellos participan más de 40.000 niños y adolescentes. Este año, por vez primera, se han incluido nociones sobre como combatir el desperdicio alimentario o, en el caso de los adolescentes, formación sobre el consumo responsable de alcohol.

Pero la principal novedad, en cuanto a los jóvenes, radica en la importante utilización que estamos haciendo de las redes sociales, por primera vez en todas las campañas se han diseñado actuaciones especificas para Twitter, Youtube y Facebook. Se han lanzado campañas como #megustalaleche, #mediterraneamos o #alimentosecologicos, con las que se han logrado impactos evaluados en varias centenas de miles.

La última de las nuevas actividades, a las que quería hacer referencia, es la que denominamos “Semanas gastronómicas”. Mediante esta actividad se persigue concentrar el mayor número posible de actuaciones, en el plazo de una semana, centradas en un producto, u objetivo determinado. Durante 2012 y 2013 se han organizado semanas sobre la leche y los productos lácteos, el aceite de oliva virgen extra, los alimentos ecológicos, el aprovechamiento de los alimentos, los productos pesqueros o el queso. Estamos estudiando qué nuevos productos podemos incorporar en los próximos años.

El contenido de estas semanas mantiene un esquema similar que incluye, entre otras, actuaciones dirigidas a profesionales de la restauración y hostelería y a periodistas especializados; acciones en restaurantes adheridos con elaboración de menús, tapas o raciones basadas en el producto objeto de promoción y el suministro de información específica dirigida a los clientes; y acciones de información y degustación en hipermercados, supermercados y mercados minoristas, dirigidas al consumidor final.

Mediante estas nuevas actividades y orientaciones que venimos introduciendo en el diseño y realización de la política de promoción alimentaria que impulsamos desde el Ministerio buscamos, como señalaba al comienzo, reforzar los mensajes dirigidos al consumidor nacional, para que tenga más facilidad para conocer y valorar la agricultura y los alimentos españoles, así como trasladarle con mayor eficacia la calidad e importancia de los alimentos que integran la dieta mediterránea. Buscando, en cada caso y para cada sector de la población, cuales son los cauces más adecuados para transmitir la información y divulgación alimentaria.

Impulso a la modernización e innovación del sector comercial

CARMEN CÁRDENO PARDO. Directora General de Comercio Interior. Ministerio de Economía y Competitividad



Desde el comienzo de la presente legislatura, el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, está llevando a cabo un programa de actuaciones en el sector comercial orientado a tres grandes objetivos como son: la modernización e innovación del sector comercial, garantizar la unidad de mercado y la creación de un entorno económico favorable a las empresas.

La Dirección General de Comercio Interior agradece la participación que se le brinda, con ocasión de la presentación de éste informe, y aprovecha esta oportunidad para trasladar algunas de las actuaciones más importantes que se están impulsando en la actualidad y que han llevado a la aprobación, en Consejo de Ministros el día 7 de junio, de un Plan Integral de Mejora de la Productividad y Competitividad del Comercio Minorista de España 2013.

El Plan está dirigido a dar respuesta a las necesidades del momento, comprende todas las acciones que, aún realizadas desde diferentes ámbitos sectoriales, son de especial relevancia para el sector comercial. El Plan está dirigido fundamentalmente a las pequeñas y medianas empresas comerciales, a los autónomos y a los emprendedores, y se desarrolla en el marco de la colaboración con siete Departamentos Ministeriales, las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos, el Consejo Superior de Cámaras, las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, la Sociedad Estatal MERCASA y las principales Organizaciones Empresariales y Asociaciones de Autónomos.

Este Plan se organiza en diez líneas de actuación, desarrolladas en treinta medidas, orientadas a la innovación e incorporación de nuevas tecnologías, al fomento de los centros comerciales abiertos y los mercados municipales, al apoyo financiero, a la promoción comercial y de la demanda, al impulso del relevo generacional y de los emprendedores, al aprovechamiento de las sinergias entre comercio y turismo, la mejora de la seguridad comercial, la adopción de medidas legislativas de eliminación de trabas para el inicio y desarrollo de la actividad, la internacionalización, la mejora de la formación y la creación de empleo en nuestro sector comercial.

Cabe destacar, dentro de las actuaciones desarrolladas en colaboración con MERCASA, la línea nº 2 del Plan Integral que aborda las actuaciones sobre los mercados municipales, con objeto de propiciar la modernización de sus instalaciones. Los mercados son una fórmula comercial especializada y muy consolidada en los núcleos urbanos y es por ello que la Dirección General de Comercio Interior ha considerado de máximo interés apoyar la realización de estudios que determinen, en una primera fase, la viabilidad comercial y económica de la remodelación de mercados

municipales minoristas en edificios de singular interés. A tal fin, la Dirección General de Comercio Interior está colaborando con MERCASA. Estos estudios, que se están desarrollando hasta la fecha, son realizados en los mercados de Cehegín (Murcia); de Calatrava de Mérida (Badajoz); de Maignon de Badalona (Barcelona); y de la Corredera de Córdoba, y sin perjuicio de que se concrete igualmente para el mercado de abastos de Ávila.

También los mercados municipales han ido objeto de la convocatoria pública de proyectos singulares para la modernización comercial en zonas de gran afluencia turística, que ha tenido lugar en junio de 2013 y en el que ha resultado adjudicatario, entre otros, el proyecto de rehabilitación del Mercado del Val de Valladolid, promovido por el Consorcio del Mercado del Val.

Además, son destacables las modificaciones normativas que garantizan un marco jurídico que elimine los obstáculos que dificultan la el inicio y desarrollo de la actividad empresarial. La eliminación de las licencias previas de apertura para establecimientos comerciales y de servicios incluye todo tipo de autorizaciones previas ligadas al inicio y ejercicio de la actividad, también las de obra de acondicionamiento de los locales para un amplio catálogo de actividades comerciales y de servicios. El Estado ha acometido esta labor a nivel nacional, eliminando las autorizaciones previas, ampliando el umbral de superficie de 300 a 500 metros cuadrados, con la incorporación de 43 nuevas actividades de comercios y servicios, que se suman a las que se incluyeron inicialmente por la Ley 12/2012, todo ello como consecuencia de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, por la que se modifica la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

Con ello se aborda uno de los problemas que dilata innecesariamente el inicio de la actividad, derivado de la actuación de las diferentes Administraciones en la tramitación de las licencias. Este hecho estaba generando costes inasumibles para el comerciante, que demanda facilidades y prontitud en la resolución de los procedimientos.

Se ha aprobado un modelo tipo de declaración responsable a disposición de los Ayuntamientos, que aporta seguridad jurídica a los operadores económicos y emprendedores que se decidan a abrir un nuevo establecimiento. Además, ya se dispone de una Ordenanza Tipo que permite a los Ayuntamientos, que voluntariamente la adopten, proceder a una fácil aplicación de lo dispuesto en la Ley 12/2012. La Plataforma Electrónica de intercambio de información denominada «Emprende en 3» pone a disposición de los municipios el modelo de Ordenanza tipo aprobado.

Además, otras medidas que se impulsan desde la Dirección General de Comercio Interior son las que atienden a las necesidades de financiación de las empresas y profesionales del sector comercial. Con este objetivo se ha puesto en funcionamiento, desde el mes de julio, una sublínea ICO de crédito específica para el comercio minorista, dotada de 9 millones de euros, incluida en la Línea ICO empresas y emprendedores 2013.

También, el Fondo Financiero del Estado de Ayuda al Comercio Interior (FACI), dotado con casi 30 millones de euros, se instrumenta como una sublínea del ICO, gestionada conjuntamente con las comunidades autónomas, a través de la Conferencia Sectorial de Comercio Interior, lo que otorga más difusión en los respectivos territorios

Entre los proyectos que pueden ser objeto de financiación se incluye la categoría de proyectos financiables el urbanismo comercial al contemplar específicamente las actuaciones dirigidas a la consolidación de centros comerciales abiertos y los mercados municipales, constituyendo los más de 1.300 mercados municipales un importante potencial de eventuales demandantes de crédito para el impulso de la remodelación de mercados municipales minoristas

Todas estas medidas que tienen por objeto garantizar una mejora de las ventas y de la ocupación en el comercio constituyen un refuerzo para el sector comercial, de especial trascendencia a la vista de la importancia económica del sector que supone un 12,1% en el PIB total de la economía española y que da empleo a cerca de 2.000.000 de personas, lo que supone el 11% del total de ocupados de la economía.

Alimentaria 2014

International Food and Drinks Exhibition



BARCELONA
March 31st
April 3rd
Fira de Barcelona
Gran Via
www.alimentaria-bcn.com

Alimentaria Exhibitions

Alimentación en España 2013

Datos Básicos



Principales resultados macroeconómicos de la agricultura y la ganadería en 2012



PRODUCCIONES

En el año 2012, el valor de la Producción de la Rama Agraria (PRA) española ascendió a 43.151 millones de euros (corrientes), un 4,3% más que en el año anterior.

Si de la PRA se deduce el valor de los "inputs" o consumos intermedios, que en 2012 supusieron 21.230 millones de euros, se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos (VAB), que resultó ser de 21.920 millones de euros.

Dichos consumos intermedios, que registraron en 2012 un aumento de sus precios del 6,8%, 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.

Se califica este 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 2012, dichas amortizaciones se estimaron en 4.919 millones de euros.

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 añade esta cantidad (5.997,8 millones de euros) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de 258,9 millones en el año 2012) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), que en el año 2012 alcanzó un valor de 22.722 millones de euros (a precios corrientes).

En relación con el año pasado, la Renta Agraria por UTA (Unidad de Trabajo Agrario) registró en 2011 un incremento del 3,9% a precios corrientes y la Renta Agraria Real (a precios constantes) aumentó un 3,7%.

EMPLEO

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), el promedio de población activa del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca), en el año 2012, fue de 1.032.175 personas. De este total, el número de ocupados alcanzó los 750.225, una cifra inferior a la de 2011, y los parados del sector (pesca incluida) alcanzaron una media de 78.950 personas al acabar el año, cuando un año antes eran 24.000.

En la industria de la alimentación y bebidas, el número de ocupados fue de 441.800 (disminuyó en 13.600 respecto a 2011) y el de parados 61.300 (aumentó en 11.200).

En cuanto al paro registrado, en 2012 aumentó un 28,76%, según los datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Al acabar el año había registrados 187.876 parados, 41.195 más que un año antes. De éstos, 62.000 se encontraban en Andalucía, 22.417 en Castilla-La Mancha y 16.158 en la Comunidad Valenciana.

CEREALES

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) ascendió en 2012 a 17,3 millones de toneladas, casi 4 millones de toneladas menos que en la campaña anterior.

Todas las cosechas, excepto la de maíz, fueron peores que las del año precedente, especialmente las de trigo y cebada, que se situaron en 5,1 y 5,9 millones de toneladas respectivamente cuando un año antes habían alcanzado los 6,9 y los 8,3 millones de toneladas.

Por su lado, las cosechas de cereales de siembras de primavera fueron similares a las del año anterior. En concreto, se recogieron 4,2 millones de toneladas de maíz (1% más), 48.200 toneladas de sorgo (23% más) y 881.100 toneladas de arroz cáscara (4% menos).

En general, los precios medios de los cereales durante el año 2012 se situaron en un 14,5% por encima de los del año precedente.

En la UE-27, la producción total de cereales (excluyendo el arroz) alcanzó en 2012 los 284,7 millones de toneladas, un 2% menos que en el año anterior. De todos los países, el mayor productor fue, un año más, Francia, con una cosecha próxima a los 67 millones de toneladas. La mayor cosecha comunitaria fue de nuevo la de trigo, con 132,7 millones de toneladas recogidas, unos 5 millones menos que en 2011. ○

LEGUMINOSAS

Al contrario que en el año anterior, las superficies dedicadas al cultivo de leguminosas se redujeron de manera general, excepto en el caso de yeros y lentejas. Como consecuencia de esta reducción de las siembras y de la caída de los rendimientos, hubo peores cosechas, tanto en las leguminosas para consumo humano, como para consumo animal, excepto en los dos cultivos cuyas siembras habían aumentado. ○

FRUTAS Y HORTALIZAS

El valor de la producción española de frutas y hortalizas (aceituna de mesa y patata incluida) ascendió en 2012 a 13.792 millones de euros a precios básicos, un 2% más que en la campaña anterior.



De todos los subsectores que componen el grupo, el que más aportó al conjunto en 2012 fue el de las hortalizas, cuya diferencia con las frutas se acentuó.

En general, la producción nacional de frutas experimentó en 2012 un notable retroceso en cantidad respecto al año anterior, mientras que la de hortalizas fue mejor, al contrario que un año antes.

En la UE-27, la evolución de las cosechas fue negativa ya que descendieron las producciones en cantidad, tanto de hortalizas (2%), como de frutas (6,5%). Sin embargo, los precios de todas las producciones fueron mejores (4,7% en frutas y 7,8% en vegetales), por lo que el balance final fue positivo. ○

PATATAS

Al contrario de lo sucedido en 2011, la superficie dedicada al cultivo de patata descendió en 2012. Entre las cuatro variedades de patata (extratemprana, temprana, media estación y tardía) la superficie cultivada ascendió a 74100 hectáreas (un 6% menos) y la producción se situó por encima de los 2,2 millones de toneladas, un 6% menos también.



Respecto al comercio exterior, España volvió a ser en 2012 un país netamente importador de patata. En total, se importaron 697.300 toneladas (unas 30.000 más) por un importe de 160 millones de euros.
En la UE, la producción de patata descendió en cantidad un 13,8%, pero los precios subieron 3,2% a efectos de calcular la renta agraria.



REMOLACHA AZUCARERA

En la campaña 2012/13, se dedicaron 7.600 hectáreas a la producción de remolacha de recogida en los meses de verano y a las de recogida de invierno 31.300 hectáreas, en ambos casos muy por debajo de la campaña anterior. La producción en la zona norte ascendió a 2.960.000 toneladas de raíz, un 14% menos que en la campaña anterior, que se sumaron a las 524.200 toneladas producidas en la zona sur.
La producción de azúcar refinado se situó en 510.000 toneladas y los precios medios percibidos por los agricultores fueron de 3,45 euros/ 100 kilogramos, frente a los 3,12 euros de la campaña anterior.
En la Unión Europea la producción de azúcar blanco quedó en cerca de 17,6 millones de toneladas, por debajo de la campaña 2011/2012, mientras que a nivel mundial también hubo un retroceso de la producción.



OLEAGINOSAS

La superficie cultivada de oleaginosas descendió en 2012 rompiendo la tónica de los últimos años. Se sembraron cerca de 790.000 hectáreas, de las que la mayor parte correspondió a la producción de girasol.
En consonancia con el descenso de las siembras, las producciones fueron menores. Se obtuvieron 610.300 toneladas de semillas de girasol (cuando un año antes se había superado el millón de toneladas), 51.500 toneladas de colza y 1.200 toneladas de soja.
Los precios en origen del girasol alcanzaron en 2012 una media de 50 euros/100 kilogramos, muy por encima del año precedente.
A nivel comunitario, la producción total de semillas oleaginosas quedó en 26,7 millones de toneladas, volumen muy inferior al del 2011. De este volumen, cerca de 19,4 millones correspondieron a la cosecha de colza, 6,6 millones a girasol y 836.000 de toneladas a la de soja.
En 2012, la producción mundial de semillas oleaginosas se elevó a 364 millones de toneladas, de las que 268 millones eran soja. La cosecha general fue mejor que la del año anterior.

VINO Y MOSTO

La producción final de vino y mosto quedó en 36,3 millones de hectolitros, un volumen muy inferior al de la campaña precedente. Los precios en origen subieron con carácter general con respecto a la campaña anterior un 39% (estimación realizado a efectos de calcular la Producción Final Agraria). Según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), la producción mundial de vinos, exceptuando zumos y mostos, se situó en 251 millones de hectolitros. Francia fue el primer país productor del mundo, seguido de Italia y de España, a pesar de la caída de la producción comunitaria.
Respecto al comercio exterior, España exportó 2.183 millo-

nes de litros de vino por valor de 2.567 millones de euros, lo que supuso una caída del 8% en términos de volumen, aunque un crecimiento del 12% en valor. En 2011 el saldo había sido muy positivo.

ACEITE DE OLIVA

Después del récord en producción alcanzado en la campaña 2011/2012, la producción nacional de aceite sufrió una drástica caída. El aceite producido finalmente totalizó 613.000 toneladas, cuando un año antes se habían alcanzado 1.607.100 toneladas.



Durante la campaña de comercialización 2012/2012 aumentaron tanto las importaciones como las exportaciones. Se importaron 81.400 toneladas y se exportaron 825.000 toneladas. La caída de la producción española hizo que la cosecha mundial de aceite de oliva también descendiera. Se produjeron 2.718.000 toneladas en la campaña 2012/2013, lo que supuso un retroceso de 700.000 toneladas sobre la producción del año anterior. De este volumen, 1.739.000 toneladas correspondieron a la Unión Europea.

En cuanto a la aceituna de mesa, la producción española se redujo a 487.200 toneladas, mientras que la europea quedó en 660.000 y la mundial en 2,3 millones de toneladas.

PORCINO

El porcino es el principal sector ganadero en España. En 2012, el sector del porcino aportó el 37,1% de la Producción Final Ganadera y el 14,1% de la Producción Final Agraria.

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en 2012 ascendió a 6.062,8 millones de euros a precios básicos, un 11,7% más que en el año anterior, ejercicio en el que, por otra parte, también había aumentado el valor generado por este sector.

La producción aumentó en cantidad un 2,7% y los precios un 8,9%, dos hechos que propiciaron un incremento del valor final en un 11,8%.

El número de explotaciones porcinas en España, al acabar el año 2012, ascendía a 87.272, un 3% menos que en el año precedente, en el que por otra parte también había caído el censo.

Al acabar 2012 el censo de porcino de producción cárnica rondaba los 25,2 millones de cabezas, un 1% menos que en la campaña anterior, de los que 10 millones eran cerdos de cebo.

Respecto al comercio exterior, la exportación total de carne de porcino se elevó a 995.300 de toneladas, frente a las 880.000 del año anterior. La mayor parte de las ventas se realizó a países de la UE (más de un millón de toneladas exportadas). En cuanto a las importaciones, en total entraron en el mercado español 88.000 toneladas de carne (8.000 más que en 2010) y 15.600 toneladas de animales vivos (algo más que un año antes).

VACUNO DE CARNE

El sector de vacuno español representaba en 2012 el 15,3% de la Producción Final Ganadera y el 5,8% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos similares a los de 2011.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España se redujo un 1,6% y el precio de la misma aumentó un 9,4%, por lo que el valor obtenido por estas producciones se elevó a 2.503 millones de euros expresados en valores corrientes.

El censo de animales al acabar el año se situó en 5.812 cabezas y la carne producida en 596.853, un 1,2% menos que en 2011.

Las exportaciones de carne se elevaron a 128.079 toneladas (carne fresca, congelada y productos a base de este tipo de carne), de las que un 91% fueron a la UE. Asimismo, las im-



portaciones ascendieron a 110.983 toneladas, lo que supone un incremento del 2,9% respecto a 2011. El 87,5% de lo que importamos procedía de la UE. Por otro lado, durante 2012 se produjo un descenso de las importaciones de animales vivos (27% respecto a 2011). ○

OVINO Y CAPRINO

El sector productor de ovino y caprino representaba en 2012 el 1,9% de la Producción Final Agraria y el 6,7% de la Producción Final Ganadera. El valor generado por el sector ascendió a 759,3 millones de euros a precios básicos, alcanzados a pesar de la bajada de la producción en un 6%.
El censo de ovino quedó en algo más de 16,6 millones de cabezas (un 4,5% menos) y la producción de carne se situó en 122.000 toneladas (un 6% menos). Por su lado, la producción de carne de caprino se redujo un 8,35% hasta 10.289 toneladas y el censo un 2,5% hasta 2,57 millones de cabezas.



En cuanto al comercio exterior del sector ovino-caprino, el balance final en 2012 fue positivo, tanto en cantidad como en valor.
A nivel comunitario, los sectores ovino y caprino representan aproximadamente el 4% de la Producción Final Agraria. En el año 2012 se incrementó un 2,3% el volumen de producción y también subieron los precios un 6,4%. ○

AVICULTURA Y CUNICULTURA

El sector de la carne de aves representó en 2012 el 5,8% de la Producción Final de la Rama Agraria y el 15,8% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos porcentajes similares a los del año 2011.
La cantidad de carne producida aumentó un 0,9%, al tiempo que los precios crecieron un 8,4% y el valor generado por el



sector se elevó a 2.498 millones de euros a precios básicos.
La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,4 millones de toneladas, de las que 1,16 millones eran "broilers". El precio medio del pollo pagado al productor se situó en 185,82 euros/100 kg. (pollos 65%), con un incremento importante con relación al año 2010.
Con respecto al comercio exterior, se importaron 191.600 toneladas, 5.000 menos que en el año anterior y se exportaron 155.400 toneladas, con un retroceso de cerca de 10.000 respecto a un año antes.
En la Unión Europea la producción de carne de pollo se elevó a 9.662 millones de toneladas, casi un 1% menos que en el año anterior. Los precios medios del pollo fueron más altos que los de España.

VALLAS



BANDEROLAS



LONAS



MUPIS



ACCIONES ESPECIALES



DIRÍGETE AL PERFIL DE PÚBLICO QUE DEMANDA TU PRODUCTO

Empresarios, Pymes y autónomos en Mercados Mayoristas

Circuito Nacional de publicidad con más de 2.000 soportes
23 Mercados Mayoristas
3.650 empresas
23 millones de personas al año

014

014 MEDIA
c/Londres, 38 Madrid
91 4263880
infomercasa@014media.com

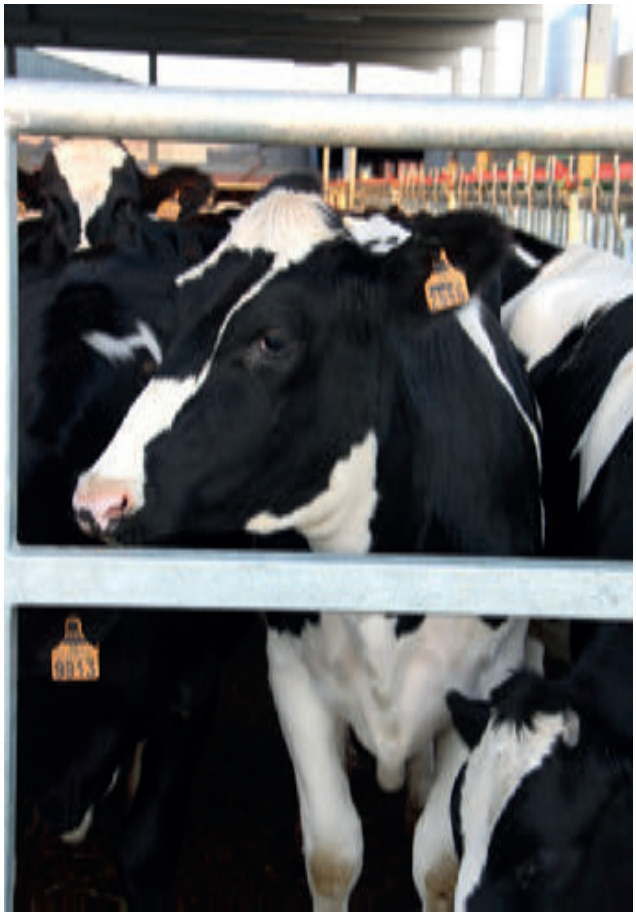
La producción de carne de conejo representó en 2012 el 0,5% de la Producción Animal total y tanto la producción como los precios permanecieron bastante estables.
El censo español de 2012 (cabezas con estado de alta) superó los 6,8 millones de toneladas y la producción de carne alcanzó las 63.413 toneladas en canal, más de 1.000 toneladas menos que un año antes.
El balance comercial siguió teniendo un saldo positivo en 2012, pues las exportaciones crecieron y las importaciones disminuyeron. ○

HUEVOS

El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.324,3 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra superior en un 37,8% a la del año anterior.
También en 2012 el sector de los huevos supuso el 8,1% de la Producción Final Animal y el 3,1% de la Producción Final de la Rama Agraria.
La producción nacional de huevos al acabar el año se situó en 1.026 millones de docenas, prácticamente un 5,4% menos que un año antes. El censo también se redujo en un porcentaje similar.
Al igual que en los últimos años, la balanza comercial del sector de los huevos tuvo un saldo positivo. Se importaron en total 42.893 toneladas de huevos (con y sin cáscara), y se vendieron en el exterior 115 millones de toneladas, entre comercio intra y extra comunitario.
En 2012 también se produjo un aumento significativo de los precios de los huevos, en contra de lo sucedido en años anteriores.
La producción comunitaria de huevos se redujo un 5,2% hasta los 8,2 millones de docenas. ○

LECHE

En el año 2012, la producción de leche de vaca, oveja y cabra supuso el 15,8% del valor generado por todo el sector ganadero y el 6,4% del valor total del sector agrario, porcentaje este último superior al del año precedente.
El valor generado ascendió a 2.653 millones de euros a precios básicos, como consecuencia de un aumento del 2,6% en la cantidad producida.



Aproximadamente el 75% de la producción nacional de leche corresponde a la producción de leche de vaca, el 14% a la producción de leche de oveja y el 12% a la producción de leche de cabra.
Al finalizar el año 2012, España contaba con un censo de vacuno lechero de 841.603 vacas en ordeño (un 1,57% menos) y la producción de leche de vaca se elevó a 6 millones de toneladas, mientras que en la campaña 2012/2013 las entregas superaron los 6,23 millones de toneladas ajustadas a materia grasa.
La producción europea de leche de vaca se situó en 152 millones de toneladas, si bien las entregas de leche a las industrias fueron inferiores.
Por su parte, la producción de leche de oveja recogida en explotaciones agrarias (sin incluir el equivalente del queso) se elevó a 500.000 toneladas y la de leche de cabra superó las 465.000 toneladas.
Finalmente, aunque la balanza comercial del sector lácteo es claramente deficitaria, en el año 2012 la diferencia entre importaciones y exportaciones se redujo considerablemente al aumentar estas últimas. ○

Comercio exterior agroalimentario



Como viene siendo habitual, el comercio exterior del sector agroalimentario tuvo en 2012 un saldo positivo, ya que las exportaciones superaron con creces a las importaciones. Estos buenos resultados del comercio exterior en el sector agrario y pesquero se mantienen favorables desde 2009.

En 2012 el valor de las exportaciones del sector agrario y pesquero se elevó a 36.107 millones de euros, mientras que el de las importaciones fue de 30.338 millones.

Las exportaciones crecieron un 9% y las importaciones lo hicieron en un 1%, con lo que el saldo resultante (5.769 millones de euros) superó en un 88% al del año anterior.

Dentro ya del subsector alimentario agrario, las exportaciones en 2012 sumaron 34.536 millones de euros (9,285 más) y las importaciones 28.978 millones (1,7% más).

Las exportaciones de alimentos crecieron en 2012 un 10% hasta situarse en 31.590 millones de euros, mientras que las importaciones lo hicieron un 12% hasta 24.080 millones.

Dentro de las exportaciones, las frutas fueron las que más aportaron al total, con un valor de 6.269 millones de euros (11% más), seguidas de las hortalizas con 4.350 millones (8,7% más), las carnes, los aceites y los vinos.

Por su parte, el valor de las importaciones del subsector alimentario agrario ascendió a 24.080 millones de euros, un 12% más que en 2011, año en el que las compras crecieron también de manera significativa.

Del valor de las importaciones de este subsector, 1.574 millones de euros (un 2,8% más que en 2011) procedieron de las compras de frutas, 2.974 millones de las de cereales y 2.247 millones de las de semillas oleaginosas.

El grupo alimentario pesquero, que tiene tradicionalmente un comportamiento importador, tuvo en 2012 un saldo negativo de 1.952 millones de euros (16% más), como consecuencia de que el valor de las exportaciones (2.946 millones de euros) fue inferior al de las importaciones (4.898 millones de euros). Dentro de este grupo solo los pescados congelados tuvieron un saldo positivo de 168 millones de euros, pero aún así esta cifra fue un 4% inferior a la del saldo resultante en 2011.

Finalmente, en el subsector no alimentario el saldo fue positivo (211 millones de euros) ya que las exportaciones (1.571 millones de euros) fueron superiores a las importaciones.

COMERCIO CON LA UE

La UE es el principal socio comercial de España. En 2012, aproximadamente el 75% de las exportaciones españolas agrarias y pesqueras tuvo como destino otros Estados miembros de la UE y el 56% de las importaciones que llegó a España procedía también de la UE. El saldo comercial de España con la UE fue de 9.968 millones de euros.

Por países, Francia fue el principal socio comercial, al ser el principal destino de las exportaciones con un 23,8% y el

principal origen de las importaciones con un 27,6%. Esto es debido a la cercanía y a la importancia del sector agrario en ambos países.

El segundo destino de las exportaciones agroalimentarias y pesqueras españolas es Alemania, con el 15,5% del total exportado y el 14,7% de las importaciones realizadas. El tercer lugar es para Italia, con el 14,6% de las exportaciones; seguido de Portugal y Países Bajos.

En cuanto al comercio con los terceros países, en 2012 éstos fueron el destino del 25,36% de las exportaciones agrarias y pesqueras y el origen del 44% de las importaciones. De ello se deduce que tienen un papel muy relevante como suministradores de productos agrarios y pesqueros, mientras que su importancia es menor como mercados de destino de nuestras exportaciones.

A este respecto, Estados Unidos es el primer socio comercial con el 12% de las exportaciones y el 8% de las importaciones desde países terceros.

México, Brasil y Argentina, con el 13,8% y el 8% de las importaciones, también son importantes en el comercio exterior agroalimentario y, ya fuera de Latinoamérica, destacan Rusia (que sigue siendo un importante destino de las exportaciones), China y Marruecos, que representa el 4,3% de las importaciones de países terceros y el 2,5% de las exportaciones.





SECTORES RELEVANTES

El grupo de las carnes y despojos comestibles tiene una evolución claramente exportadora y ha pasado de tener una situación de equilibrio, donde las exportaciones y las importaciones eran similares, en valor económico, a la actual situación en la que las ventas superan claramente a las compras. En 2012 las exportaciones se mantuvieron en los 3.827 millones de euros mientras que las importaciones situaron en los 1.115 millones.

Las carnes españolas gozan de buena imagen en el exterior y dentro de este grupo merecen destacarse por sus datos económicos el porcino, netamente exportador, y el vacuno.

El grupo de los pescados, moluscos y crustáceos es importador. Las importaciones se han incrementado de forma paulatina a lo largo del último lustro y en 2012 totalizaron 4.898 millones de euros.

Por su lado, el comercio exterior de hortalizas presenta un carácter marcadamente exportador. Las ventas exteriores en 2012 alcanzaron los 4.349 millones de euros y el saldo comercial se mantuvo en positivo debido a que las importaciones fueron escasas (968 millones de euros).

Al igual que las hortalizas, el grupo de las frutas también es exportador y desde el año 2010 las ventas al exterior han crecido a un ritmo más rápido que en años anteriores. No obstante, las importaciones de frutas también han crecido paulatinamente por la mejora de la renta en los hogares que ha posibilitado importar productos que no se producen en España.

Al contrario que las frutas y las hortalizas, el grupo de los cereales es netamente importador. En 2012, el saldo se situó en 1.230 millones de euros, el más importante de todos los registrados en los últimos años y un 56% más que en el año anterior.









EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
PRODUCTO	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***
ANIMALES VIVOS VACUNO	90,9	168,2	38	65
ANIMALES VIVOS PORCINO	217,7	185,4	152,3	126,8
CARNE DE VACUNO TOTAL	417,6	484,6	105	128
CARNE DE PORCINO TOTAL	2.050	2.332	979,9	1.029
CARNE DE OVINO TOTAL	125,8	123,8	28,8	31,5
CARNE DE AVES TOTAL	194	190,3	142,7	124,8
TRUCHAS	10,9	10,5	2,2	2,5
ATUNES COMUNES	48,9	45,9	2,7	2,3
CAMARONES Y LANGOSTINOS	193,6	166,5	36,4	31
CALAMARES Y JIBIAS	180	177	68,9	70,1
PULPOS FRESCOS Y CONGELADOS	197	162,7	31,2	25,5
LECHE FRESCA	181	2.101	164,5	226
LECHE EN POLVO	91,8	109	40,1	52
QUESOS Y REQUESONES	233	244	46,7	55,7
YOGURES	76,3	93,8	66,6	82,8
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	150	151	145,6	103,3
PATATA	71,6	79,4	243,7	249,5
TOMATES FRESCOS	855	924,8	967,2	901,6
CEBOLLAS	89	76	259	252
AJOS	152	142	64	81
COLES Y BRÓCOLIS	293	322	357	336
LECHUGAS	514	631	673,5	687,7
PEPINOS Y PEPINILLOS	397	433	547,4	493
PIMIENTOS DULCES	588	605	496,9	503,5
CALABACINES	109	116	269,6	271
ALMENDRA (cáscara y grano)	245,2	282,2	60	58,1
PLÁTANOS Y BANANAS	53	73	52	77
NARANJAS	953,7	1.000	1.527	1.627
MANDARINAS	1.269,70	1.298	1.612	1.670,50
LIMONES	307,4	386	483,6	559,6
UVAS FRESCAS	233	211	141,8	128,8
SANDÍAS	188	208	419,7	508,2
MELONES	222	260	373,9	431,7
FRESAS Y FRESONES	449,5	526,6	233	285
MANZANAS	80	85	132	128
PERAS	89	91	132,5	121
AGUACATES	122	105	69	59
CIRUELAS	87	100	104	105,5
MELOCOTONES Y NECTARINAS	572,8	640	661,6	636
ALBARICOQUE	40	54	31,9	42
ARROZ	137,7	169	263,5	301
ACEITE DE OLIVA	1.856,6	1.848,8	263,5	301
AZÚCAR DE CAÑA Y REMOLACHA	118,3	102	176,8	143,9
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA	349	383,5	123,4	128,8

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
PRODUCTO	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***
CONSERVAS DE TOMATE	241,2	256,3	348,7	364,6
CONSERVAS DE TÚNIDOS	422	445,8	93,6	85,8
ACEITUNAS PREPARADAS	571	604	358	403
AGUA	170	208	418	417,7
JUGO DE FRUTAS	638	658	795	778
AGUARDIENTE DE VINO	208,2	264	82,2	92
CERVEZA	81,2	94	103,4	118,6
VINO Y MOSTO	2.215,00	2.567,40	2.359,80	2.183

** Estimación. Fuente: Departamento de Aduanas.*



En cuanto a los aceites y las grasas, en los últimos años se ha registrado un aumento de las compras, si bien el grupo es netamente exportador. En aceite de oliva, por ejemplo, las exportaciones en 2012 sumaron 1.849 millones de euros y las importaciones 105 millones.

Finalmente, el saldo del grupo bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre también es positivo. En 2012, el saldo alcanzó los 1.870 millones de euros.

BALANZA COMERCIAL COMUNITARIA

Respecto al comercio agroalimentario en la Unión Europea, por tercer año consecutivo el balance comercial tuvo un saldo netamente positivo en 2012. El valor de las importaciones apenas varió con respecto a 2011, pero el de las exportaciones se disparó, lo que colocó a la Unión Europea en segunda posición en el ranking mundial de países exportadores por detrás de Estados Unidos.

En el sostenimiento del valor de las importaciones comunitarias tuvo mucho que ver el hecho de que los precios internacionales de productos como el café o el algodón bajaran.

Así, la diferencia entre el valor de las exportaciones y el de las importaciones ascendió a 12.600 millones de euros, según las estimaciones de la Comisión Europea.

El valor de las exportaciones de productos agrarios comunitarios alcanzó en 2012 un monto de 114.200 millones de euros, un 9% más que en el año anterior. El grueso de esta cantidad (un 64%) correspondió a productos elaborados y transformados.

Un año más, los mayores incrementos porcentuales sobre los datos del año precedente se registraron en el capítulo de vinos espirituosos y licores, así como también en el de preparados de cereal y trigo, que en 2012 supuso el 3% del total.

Por países, Estados Unidos fue un año más el principal destino de las exportaciones agrarias europeas, con el 13% del total exportado, récord absoluto en la historia comercial con este país. Sin embargo, los mayores crecimientos se produjeron en China y Arabia Saudita.

Respecto a las importaciones, el valor alcanzado fue de 102.000 millones de euros. La Unión Europea compró especialmente frutas tropicales, soja, especias, café, té y tortas oleaginosas. Brasil fue el principal proveedor de la UE con el 14% del total comprado, seguido de Estados Unidos y Argentina.











IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
PRODUCTO	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***
ANIMALES VIVOS VACUNO	197,75	178,8	76	110,4
CARNE DE VACUNO	591	590	112	111
CARNE DE PORCINO	157,8	150,3	88,0	81,2
CARNE DE AVES	277,3	268,3	123,4	118,7
ATUNES DE ALETA AMA.	165	208,8	1,4	1,6
LISTADOS O BONITOS DE R.	38	64	1,6	1,2
MERLUZA CONGELADA	67,28	60,3	25,9	23,2
BACALAO SECO O SALADO	89,4	82	20,6	20,1
SALMONES	161	112	36	32
CAMARONES Y LANGOSTINOS	882	744	151,6	153,2
BOGAVANTE	67	56	5,9	4,8
CALAMARES Y JIBIAS	484	470	151,5	156,2
PULPOS CONGELADOS Y FRESCOS	268,3	212	38,3	34
LECHE FRESCA	219	212,6	502,4	500
LECHE EN POLVO	193	109	98	84
YOGURES	250	260,8	228,7	233,4
QUESOS Y REQUESÓN	885	858,7	266,5	250
PATATA FRESCA	188	160,4	666,5	697,3
TOMATES FRESCOS	45,4	53	144,9	92,8
ALMENDRA (cáscara y grano)	237,8	277	76,1	78
PLÁTANOS Y BANANAS	111	124,1	214,5	225,2
MANZANAS	172	162	254,0	223
KIWIS	123,4	113,6	117,7	121,3
PIÑA	88	79	136,4	130,5
TRIGO	962,5	1.319	4.371	5.466
MAÍZ	1.137,80	1.405	4.842,7	6.064
CEBADA	175,90	65,6	998	275
SEMILLAS DE GIRASOL	205	280	301,5	476,4
LENTEJAS	46	52	63,0	74,6
GARBANZOS	40	59	39,0	55,7
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	858,6	662,7	1.486	1.085
CACAO EN GRANO	202,1	184,8	86,5	93
ACEITE DE PALMA	503	478,8	589,0	579,7
ACEITE DE GIRASOL	213,8	284	219,1	293
CONSERVAS DE TÚNIDOS	314	421,6	89,3	88,5
CONSERVAS DE ESPÁRRAGOS	78	72	44,0	34,8
RON	250,5	205	49,0	43,2
WHISKY	338,8	343	52,2	56,2
CAFÉ	774	734	273,0	285
VINO	134,8	154,8	48,9	131,3
JUGOS DE FRUTAS	225	214	211,0	182,5

** Estimación. Fuente: Departamento de Aduanas.*

La industria alimentaria en 2012

Las ventas netas de productos de la industria alimentaria ascendieron a 86.298 millones de euros durante 2012, conforme a la información que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). En 2012, se registró un descenso en valor del -2,7% respecto al año anterior. Descontando la inflación, es decir en euros constantes, la producción del sector se redujo un -5,7% frente a la minoración del -0,7% experimentada en 2011. Conviene apuntar, en cuanto a la estacionalidad del índice de producción industrial en 2012, que se produjeron apreciables caídas en alimentación en abril (-13,1%), febrero (-12,7%) y diciembre (-7,4%), mientras que en bebidas los mayores descensos tuvieron lugar en enero (-21,7%), diciembre (-19,0%) y agosto (-14,1%). Por otra parte, los incrementos intermensuales más notables se producen en mayo (22,3% en bebidas y 15,9% en alimentación), marzo (21,1% en bebidas y 3,1% en alimentación) y octubre (13,9% en alimentación y 4,8% en bebidas). En el conjunto del año 2012, los incrementos mencionados han sido siempre más favorables que los observados en el total del sector industrial español, mientras que en el caso de los descensos fueron superiores al conjunto del sector tan solo en abril y diciembre.

Los subsectores de industrias cárnicas (21,6%), elaboración de bebidas alcohólicas (10,5%) e industrias lácteas (10,1%) contribuyeron en un 42,2% a la producción total del sector



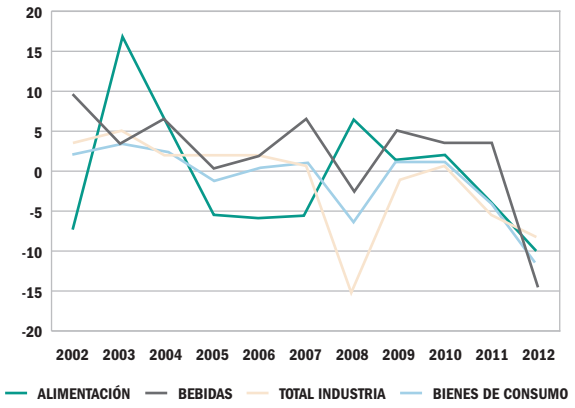
de alimentación y bebidas, ascendiendo su producción conjunta a 37.446 millones de euros. Respecto al año anterior, han ganado peso relativo en el total de la producción sectorial los subsectores de alimentación animal; molinería, almidones y productos amiláceos; cárnicas; elaboración y conservación

DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA

	PRODUCCIÓN		PERSONAS OCUPADAS	
	Millones euros	Δ s/año anterior	Número	Δ s/año anterior
Industria cárnica	19.149	9,2	102.000	-0,5
Transformación pescados	4.162	9,9	23.000	-1,2
Transformación frutas y hortalizas	6.697	1,1	38.000	-2,0
Fabricación de grasas y aceites	7.762	5,6	15.000	-2,6
Industria lácteas	8.933	8,6	32.000	-1,0
Productos molinería	3.165	23,4	8.000	-1,7
Productos alimentación animal	8.900	10,0	95.000	-4,6
Pan, pastelería y galletas	6.848	0,4	25.000	0,6
Azúcar, chocolate y cacaos	4.410	10,0	29.000	0,5
Otros productos alimentarios	4.557	4,5	16.000	-2,2
Elaboración de bebidas alcohólicas	9.364	5,5	42.000	0,0
Aguas minerales y bebidas analcohólicas	4.726	-0,6	15.000	-7,4
Total industria alimentaria	**88.673**	**7,7**	**440.000**	**-1,7**

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

TASA DE VARIACIÓN MEDIA DEL ÍNDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL: SECTORES ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS Y TOTAL INDUSTRIA (%)



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



de pescados; azúcar, cacao y chocolate; e industrias lácteas. Por el contrario, han minorado su participación en la producción alimentaria los subsectores de pan, galletas y pastelería; conservas de frutas y hortalizas; aguas minerales y bebidas analcohólicas; bebidas alcohólicas; y grasas y aceites.

Durante el año 2012, el Índice de Precios al Consumo de Alimentación registró un incremento del 3,2%; 0,3 puntos porcentuales superior al aumento observado en el Índice de Precios General. Por productos, carnes (2,7%); cerveza (2,5%); productos lácteos, quesos y huevos (2,4%); azúcar, chocolate y confituras (1,8%); pan y cereales (1,5%); café, cacao e infusiones (1,4%); agua mineral, refrescos y zumos (0,7%); espirituosos y licores (0,5%); y, pescados, moluscos y crustáceos (0,3%) registraron variaciones porcentuales inferiores a la observada para la cesta de consumo agregada (2,9%). Los precios de los siguientes productos registraron subidas superiores a la tasa de inflación española: aceites y grasas (16%); legumbres, hortalizas y patatas (9,4%); vinos (6%) y frutas (3,4%).

La industria alimentaria española contaba en 2012 con 29.196 empresas conforme a los datos de FIAB (con respecto al año anterior, se ha producido una reducción del -0,5% que contrasta con la disminución del -1,6% registrada en el número de empresas activas en el total de la economía y, además, con la contracción del -9,1% en el conjunto de la industria). Durante el año 2012 los subsectores que experimentaron un retroceso en el número de empresas fueron molinería (-3,1% y 18 empresas menos); pescados (-1,4% y 10 empresas menos); cárnicas (-1,6% y 67 empresas menos); pan y pastas (-1,3% y 32 empresas menos); y, lácteas (0,7% y 11 empresas menos). El subsector de las bebidas registró durante el último año un incremento de 49 empresas (1,1%). Atendiendo a la dimensión empresarial, en la industria alimentaria únicamen-

PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA

			VARIACIÓN PRODUCCIÓN (%)		
	Producción bruta * (millones euros)	IPC	En términos físicos	En valores corrientes	En euros constantes
2000	55.705	4,0	-0,9	1,4	-2,7
2002	64.523	4,0	2,3	3,4	-0,7
2004	72.817	3,2	5,6	8,3	5,3
2006	78.726	2,7	0,1	2,3	-0,5
2008	83.204	0,1	1,4	1,4	1,3
2010	81.369	3,0	-3,3	0,5	-2,6
2012	86.298	2,9	-6,5	-2,7	-5,7

** Ventas netas de producción a precios de salida de fábrica.*

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

te el 3,8% de las empresas mantienen más de 50 trabajadores, mientras que el 78,9% no tiene asalariados o cuenta con menos de 10 (notable dualidad y atomización empresarial).

El número medio de personas ocupadas en la industria alimentaria durante 2012 ascendió a 439.675 (descenso del -1,7% respecto a 2011). El 20,2% del empleo industrial se concentraba en el sector alimentario y de bebidas y, además, suponía el 2,5% del empleo total de España. Respecto al ejercicio anterior, la participación del empleo en estas actividades aumenta sobre el total industrial y, además, se eleva en su contribución al empleo total de la economía española.

Durante 2012, el número de desempleados en la industria de alimentación y bebidas aumentó en todos los trimestres respecto a los datos registrados en 2011; la tasa de paro para el año 2012 se sitúa en 13%. La industria de la alimentación y bebidas contaba en 2012 con 372.113 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone el 17,9% de los afiliados del sector industrial y el 2,2% del total de la economía española.

Conforme a los últimos datos disponibles, el 23,2 % del empleo del sector se concentraba en el subsector de la industria cárnica (102.220 ocupados), mientras que la fabricación de pan, galletas y pastelería constituye el segundo subsector en importancia relativa en términos de ocupación (95.051 ocupados que suponen un 21,6 % del total de la ocupación).

El comercio exterior de alimentos y bebidas arroja un saldo positivo durante el último ejercicio dado que, con carácter general, las importaciones se redujeron coincidiendo con la debilidad de la demanda nacional, mientras que las exportaciones aumentaron por el fuerte avance de las economías emergentes y la consolidación en la recuperación de las economías desarrolladas. Las importaciones en bienes producidos por la industria de la alimentación y bebidas ascendieron en 2012 a 19.052 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,5% respecto al año anterior. Por su parte, las exportaciones se cifraron en 22.078 millones y experimentaron un ascenso del 9,4%. En consecuencia, el superávit comercial del sector alimentación y bebidas se situó en 3.026 millones de euros durante el 2012. La tasa de cobertura del sector (porcentaje de exportaciones sobre importaciones) registró durante el último ejercicio un ascenso notable respecto al año anterior (12,6 puntos), hasta situarse en el 115,9%.

Los esfuerzos de I+D+i de la industria alimentaria están siendo significativos durante los últimos años. No obstante, en relación con este aspecto, en el año 2012, se registró un notable descenso de la inversión extranjera en la industria de alimentación y bebidas hasta situarse en 363,5 millones de euros.

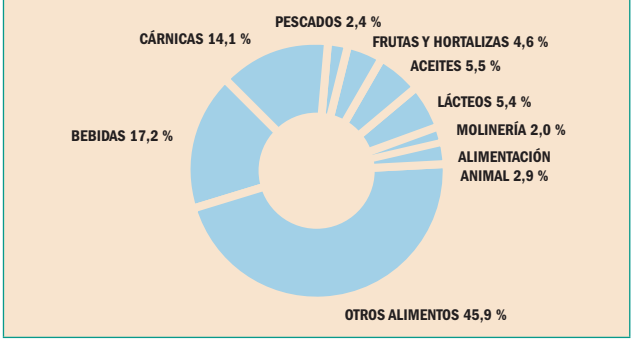
Variaciones interanuales de los índices de precios (%)

	2010	2011	2012
Índice de Precios Industriales	6,3	5,0	3,3
Índice de Precios de la Industria de la Alimentación	7,6	3,1	4,6
Índice de Precios de la Fabricación de Bebidas	3,2	2,7	0,9
Índice de Precios al Consumo (IPC)	3,0	2,4	2,9
IPC de Alimentos	0,8	2,0	3,2
IPC de bebidas no alcohólicas	-1,0	4,6	0,9
IPC de bebidas alcohólicas	0,2	2,0	3,6
IPC de alimentos no elaborados	2,6	0,7	3,9
IPC de alimentos elaborados	-0,3	2,7	2,7
IPC de alimentos y bebidas	0,7	2,1	3,1

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE).

Respecto a la inversión bruta realizada por empresas españolas de alimentos y bebidas en el extranjero, durante el último año se registra nuevamente una significativa disminución (en el año anterior se había reducido a un quinto del volumen del año 2010) hasta situarse en 157 millones de euros.

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS POR SUBSECTORES (%), 2012



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





La acreditación abre mercados

LA ACREDITACIÓN DE ENAC, UN ALIADO PARA LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

ENAC
Entidad Nacional de Acreditación

La industria agroalimentaria requiere contar con rigurosos sistemas de control que garanticen la seguridad y la calidad de sus productos y generen confianza los consumidores. Los sistemas de garantía de conformidad basados en organismos independientes forman actualmente parte habitual del mercado nacional e internacional en el que se mueve la industria agroalimentaria española.

Pero la seguridad y calidad alimentaria no puede fiarse exclusivamente, ni siquiera de manera prioritaria, al establecimiento de un marco fiable y sólido de controles independientes sino que debe basarse, primero, en la capacidad y fiabilidad de los procesos y controles tales como ensayos, inspecciones internas o a suministradores que realiza el propio productor durante la fase de fabricación.

En cualquiera de los casos el valor que aportan estas actividades de evaluación y control, depende en gran medida de su credibilidad y de la confianza que el mercado tenga en que se llevan a cabo de manera técnicamente competentes, y para ello debe disponerse de un mecanismo independiente, riguroso y reconocido internacionalmente que avale esa competencia técnica. Y eso es exactamente en lo que consiste la acreditación, actividad que en España está encomendada a la Entidad Nacional de Acreditación.

Hoy día el análisis, la certificación y la inspección acreditadas se aplica a una gran variedad de actividades y de productos del sector en cualquier ámbito ya sea de calidad o seguridad de los alimentos y desde el autocontrol del fabricante hasta los esquemas de certificación de producto pilotados por la gran distribución, pasando por el control oficial. Algunos ejemplos donde se utiliza la acreditación son el Etiquetado Facultativo de carnes, Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas; Agricultura Ecológica; Productos Ibéricos e inspección de explotaciones ganaderas, certificaciones de la distribución, Global GAP, BRC, IFS, QS…, Gestión de la Seguridad Alimentaria, Producción Integrada, Lista Marco para Exportaciones de Carnes, acuicultura,…

ENAC desempeña una labor fundamental en este sector, poniendo a disposición de los distintos agentes de la cadena alimentaria un conjunto de laboratorios, entidades de inspección y de certificación y verificadores fiables, que han demostrado su competencia técnica mediante un proceso de evaluación único, transparente, reproducible y con plena aceptación internacional.

ACREDITACIÓN ENAC. EVALUADO UNA VEZ, ACEPTADO EN CUALQUIER MERCADO.

Las acreditaciones de ENAC disponen del máximo reconocimiento internacional al ser firmante de todos los Acuerdos Multilaterales de Reconocimiento establecidos en el seno de las organizaciones internacionales de acreditadores. La firma de estos acuerdos hace que los productos y servicios españoles que acceden a mercados externos, con certificados emitidos por laboratorios o entidades acreditadas por ENAC, vean reducidas de manera significativa e incluso eliminadas las barreras técnicas que puedan plantearse en dichos mercados en forma de controles o ensayos complementarios.

En la actualidad más de 70 países, entre los que se encuentran la práctica totalidad de la UE y EFTA así como USA, Canadá, Japón, China, Australia, Brasil, India, etc. han suscrito estos acuerdos.

www.enac.es

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 licencias concedidas, un 31,4% se asocia al comercio de alimentos y bebidas mientras que, al mismo tiempo, cuando se analiza la superficie de venta, la participación alcanza el 20,7%; durante el ejercicio 2012, ha disminuido el porcentaje sobre el total de licencias en tan solo una décima, mientras que se ha elevado la participación sobre el total de superficie de venta en casi un punto.

Atendiendo al conjunto de la población, se estima que existen en España 5 actividades comerciales y 412,4 m² dedicados al 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 Comunidad Valenciana (580 m²/1.000 habitantes), Navarra (469 m²/1.000 habitantes), Asturias (502 m²/1.000 habitantes) o Cataluña (430 m²/1.000 habitantes). En el entorno de la Unión Europea, la estructura distributiva de productos alimentarios de España se caracteriza por contar con un número más reducido de compradores por establecimiento. Además, la densidad comercial española supera a la media de la Unión Europea, los esta-

ACTIVIDADES COMERCIALES MINORISTAS POR RAMAS DE ACTIVIDAD (licencias y m²)

	Licencias	Superficie (m²)
Actividades minoristas de alimentación	234.664	19.278.739
Actividades minoristas de no alimentación	450.523	61.469.583
Vestido y calzado	100.199	8.527.275
Hogar	114.485	22.326.498
Resto	235.839	30.615.810
Comercio mixto y otro	62.838	15.964.562
Comercio por secciones	2.844	11.353.997
Comercio ambulante y mercadillos	17.999	-
Otros	41.995	4.450.996
Total actividades	**748.025**	**93.158.796**

Fuente: Elaboración propia con datos de Fundación La Caixa (2013).



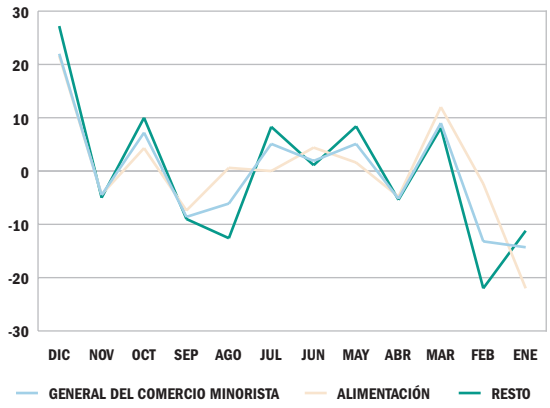
ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

		Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
	Número	m²	%	m²	%
HIPERMERCADOS	478	1.805.431	14,8	902.716	9,8
Hipermercado pequeño	166	310.726	2,5	155.363	1,7
Hipermercado grande	312	1.494.705	12,2	747.353	8,1
SUPERMERCADOS	19.737	10.434.235	85,2	8.347.388	90,2
Hasta 399 m²	10.138	1.977.203	16,2	1.581.762	17,1
De 400 m² a 999 m²	6.258	3.959.537	32,4	3.167.630	34,2
Mas de 1.000 m²	3.341	4.497.495	36,7	3.597.996	38,9
TOTAL	20.215	12.239.666	100,0	9.250.104	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013).

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

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 (2011).

EVOLUCIÓN ÍNDICES DEL COMERCIO AL POR MENOR POR TIPO DE DISTRIBUCIÓN

	Variación índice de ventas 11/10	Variación índice de ocupación 11/10
Empresas unilocalizadas	-11,6	-0,8
Pequeñas cadenas	-13,8	-4,1
Grandes cadenas	-4,4	0,3
Grandes superficies	-12,5	-4,2
Índice General	-10,2	-1,4

Fuente: INE (2013).

blecimientos cuentan con un menor número de empleados y su productividad (medida como ventas por empleado) también resulta inferior. En cuanto a la repercusión de las marcas del distribuidor, las cuotas son inferiores en España a las existentes, por ejemplo, en Suiza, Alemania o Reino Unido. Por último, la concentración de las primeras marcas de distribución alimentaria en España adquiere niveles medios con respecto a otros países europeos.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS

El comercio al por menor, en términos constantes, registra en el conjunto del año 2012 un descenso interanual en sus ventas del -10,2%. Los productos de alimentación descienden un -5,1% y los no alimentarios bajan un -13,9% (concretamente, un –8,8% en equipo personal, un –13,6% en equipo del hogar y un –14,2% en otros bienes).

La desagregación del índice general del sector minorista, según los distintos modos de distribución, muestra una disminución de las ventas en todas las fórmulas comerciales respecto al año 2011 (las grandes cadenas, con una tasa del -4,4%, presentan el menor descenso en su volumen de ventas). Las pequeñas cadenas sufren el mayor descenso (–13,8%) seguidas por las grandes cadenas (-12,5%) y las empresas unilocalizadas (–11,6%).

Por otra parte, en el conjunto del año 2012, todas las comunidades disminuyen sus ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores descensos son Castilla y León (–12,3%) y Cantabria (–12,1%).

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2012 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una situación bastante pareja para el índice general y para el índice de alimentación:

- El índice general ha estado oscilando durante el año 2012, contando con tasas más positivas en los meses de diciembre (22%), marzo (9%) y octubre. Las minoraciones han sido especialmente relevantes en enero (-14,3%) y febrero (-13,2%).
- El índice de alimentación también ha contado con una evolución desigual, alternando crecimientos con descensos. Los principales incrementos se han producido en los meses de diciembre (21,6%) y marzo (12,0%) mientras que las reducciones más importantes se asocian a enero (-22,0%) y septiembre (-7,4%).

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, cuartes, residencias…).

Durante los últimos años, el mercado de la alimentación había asistido a un incremento notable en la demanda extradoméstica. Esto es, el sector de la restauración, tanto en su vertiente comercial como colectiva y social, se ha-

bía convertido en una opción habitual para cubrir una parte importante del consumo de alimentos y bebidas. No obstante, en el contexto económico actual, estos planteamientos han tenido que ser revisados, puesto que muchos individuos han modificado sus hábitos con respecto a la demanda de alimentación extradoméstica debido, entre otros aspectos, a la reducción de su renta disponible o al empeoramiento de las perspectivas en el mercado laboral.

Durante los últimos años, el mercado de la alimentación ha venido asistiendo a una transformación en la vertiente de la demanda extradoméstica. En este sentido, desde el año 2009, la evolución en la demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar durante los últimos años enlaza con una caída de ventas en el consumo del -12,1% en términos absolutos (al incorporar el efecto de la inflación, el descenso llega al -18,3% en este periodo y equivale a una pérdida de 5.500 millones de euros). Además, la disminución de visitas en el periodo 2009-2012 ha sido de 860 millones y, por tanto, se estima una caída de 26 visitas por persona y año.

La producción del colectivo de restaurantes y puestos de comida se cifra en 24.852 millones de euros. Los restaurantes de categoría media consiguen una mayor representatividad, con un 62,1% del volumen global de la producción. De manera conjunta, la aportación de los restaurantes supone el 1,3% del total de la producción generada en España –en 1985, este ratio alcanzaba un valor de 1,1%–.

La producción del sector de cafeterías y cafés-bares supone cerca de 15.600 millones de euros, mientras que se estima que la producción de los establecimientos de bebidas alcanzó 51.363 millones de euros en 2012, según los datos de FEHR.

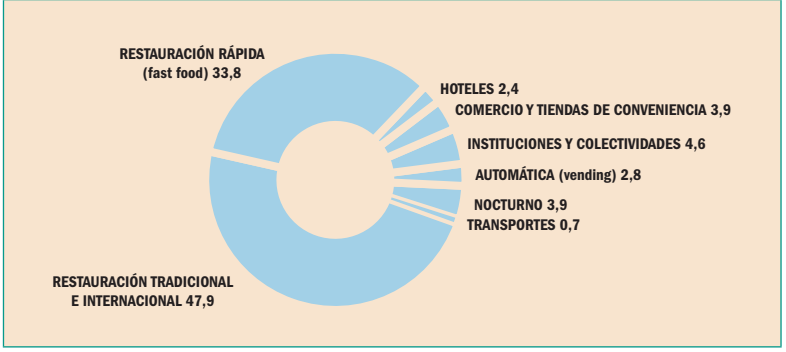
En los últimos años, las actividades de restauración han consolidado las fórmulas y técnicas para prestar el servicio de comida y bebida de acuerdo a las necesidades demandadas por los consumidores y, en con-

DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	65.200	24,8	73.023	25,7
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	11.124	4,2	13.318	4,7
Establecimientos de bebidas	186.096	70,9	197.391	69,6
Total servicios de comidas y bebidas	262.420	100,0	283.732	100,0

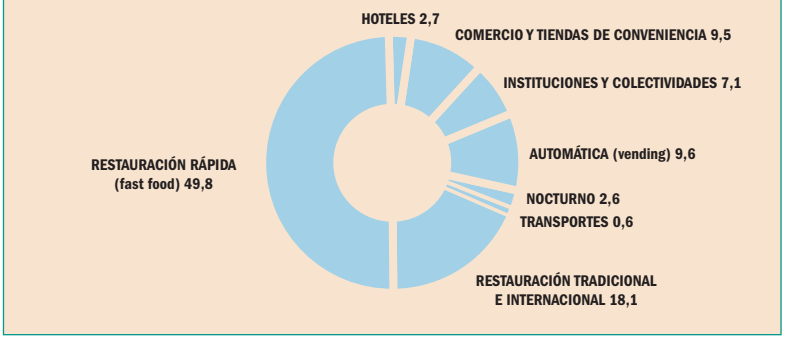
Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2013).

PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (% SOBRE VENTAS), 2012



Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD – CREST.

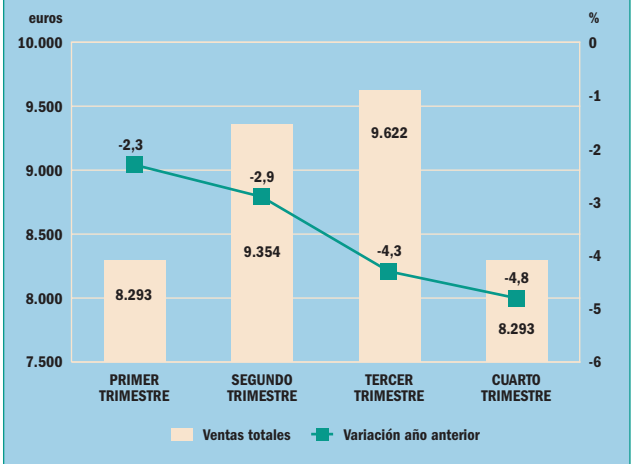
PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (% SOBRE VISITAS), 2012



Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD – CREST.

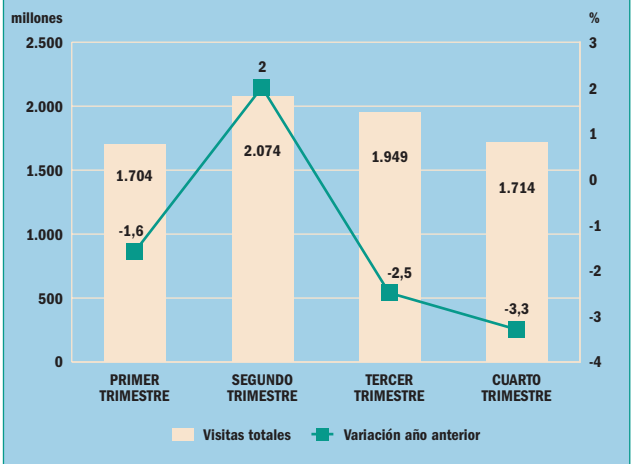


EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS VENTAS EN EL SECTOR RESTAURACIÓN, 2012



Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD – CREST.

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS VISITAS EN EL SECTOR RESTAURACIÓN, 2012

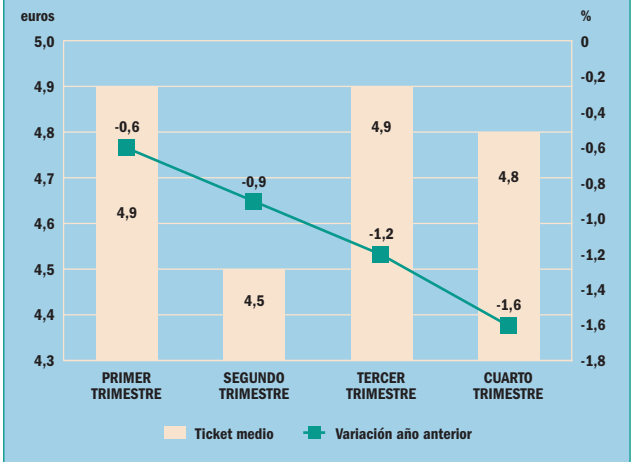


Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD – CREST.

secuencia, ha sido precisa la combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y modernas estrategias de gestión empresarial. La franquicia, por ejemplo, se ha desarrollado en restauración 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 del año 2012 de Tormo Asociados indican que en la restauración operan 172 enseñas con 8.134 establecimientos franquiciados que consiguen una facturación de 3.583 millones y ofrecen empleo a 70.056 trabajadores.

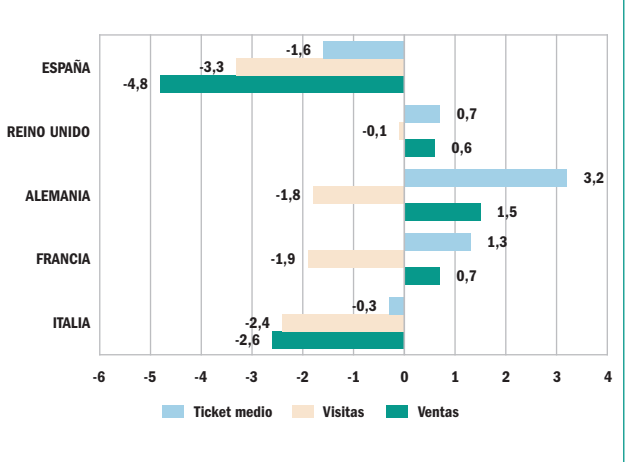
Los establecimientos de comida rápida suelen estar gestionados desde cadenas de restauración. A este respecto, se estima que el 90% de las hamburguesas y el 80% de las pizzas son servidas desde grandes cadenas que, por tanto, consiguen desarrollar una serie de ventajas frente a los empresarios independientes. 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 con la consolidación en el mercado español de las principales cadenas de comida rápida a nivel internacional.

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL TICKET MEDIO EN EL SECTOR RESTAURACIÓN, 2012



Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD – CREST.

EVOLUCIÓN DE LA RESTAURACIÓN EN PAÍSES EUROPEOS, 2012



Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD – CREST.

Consumo alimentario en 2012



Conforme a la información aportada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), a través de los Paneles de Consumo Alimentario, el gasto total en alimentación y bebidas ascendió en 2012 a 100.678 millones de euros. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 67.634 millones de euros –un 67%–, los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 33.044 millones de euros –un 33%–.

Durante el año 2012 se ha producido una reducción del gasto alimentario del -1,3% con respecto al año anterior que ha sido significativo en el consumo extradoméstico (-4,1%); la alimentación en el hogar experimentó un ligero ascenso del 0,2%.

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 22,7% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 16,9%; los pescados un 13,1%; y, el gasto en pan alcanza el 5,8%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (12,2% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,0%), el aceite de oliva (1,9%) o los platos preparados (3,3%).

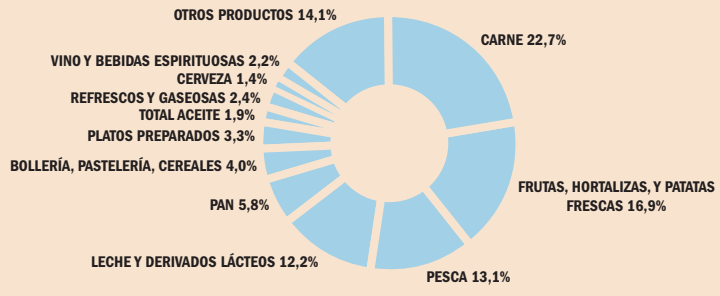
GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES

Durante el año 2012, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.468,1 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se sitúo en 122,3 euros.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 332,8 euros en los 52,9 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en pescado asciende a 192,2 euros y supone un consumo de 26,4 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante el 2012, en términos medios, cada individuo consumió 103,8 kilos de frutas frescas, 92,5 kilos de hortalizas y patatas frescas y 13,1 kilos de frutas y hortalizas transfor-

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2012



Fuente: MAGRAMA (2013).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TOTAL EN ALIMENTACIÓN, 2012

GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 2012 100.678,4 millones de euros (100,0%)	**GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR** 67.634,4 millones de euros (67,2%)	**COMERCIO ESPECIALIZADO** 15.370,5 millones de euros (15,3%)
		SUPERMERCADOS 36.272,5 millones de euros (36,0%)
		HIPERMERCADOS 9.825,7 millones de euros (9,8%)
		ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 185,3 millones de euros (0,2%)
		MERCADILLOS 716,3 millones de euros (0,7%)
		VENTA A DOMICILIO 447,5 millones de euros (0,4%)
		AUTOCONSUMO 1.449,2 millones de euros (1,4%)
		OTROS CANALES DE VENTA 3.367,4 millones de euros (3,4%)
	GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 33.044 millones de euros (32,8%)	**ESTABLECIMIENTOS DE AUTOSERVICIO, SERVICIO RÁPIDO O EN BARRA** 10.160 millones de euros (10,1%)
		RESTAURANTES CON SERVICIO DE MESA 16.290 millones de euros (16,2%)
		MAQUINAS, HOTELES, TRANSPORTE, OCIO NOCTURNO, CONVENIENCIA 6.592 millones de euros (6,5%)

Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).

madas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 134,9 euros, 120,5 euros y 27,4 euros, respectivamente. El gasto y el consumo en leche y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 73,9 litros de leche y un gasto de 51,2 euros, mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 124,2 euros y un consumo de 35,2 kilos.

En términos medios, durante el 2012, cada español consumió 35,9 kilos de pan, 13,1 kilos de bollería y pastele-



ría y 12,1 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 84,4 euros, 59,1 euros y 48,9 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. Durante el 2012, cada español consumió 9,2 litros de aceite de oliva y gastó 22,8 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 8,9 litros y supuso un gasto de 19,4 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 18,6 euros y se corresponde con los 8,3 kilos de huevos consumidos, en términos medios, por cada español.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2012-2011

	CONSUMO	GASTO
INCREMENTO > 2% 2012-2011	Carne transformada (2,3%) Chocolates y cacaos (4,7%) Cafés e infusiones (2,6%) Arroz (3,3%) Pastas (2,8%) Azúcar (3,8%) Patatas frescas (3,1%) Patatas procesadas (2,6%) Aceitunas (2,9%) Vino de mesa sin DO (3,6%) Cerveza (3,5%)	Huevos (15,8%) Conservas pescado y moluscos (3,0%) Chocolates y cacaos (9,5%) Cafés e infusiones (13,1%) Arroz (5,0%) Pastas (2,1%) Azúcar (9,6%) Legumbres (8,6%) Aceite de girasol (5,4%) Tomates (3,9%) Aceitunas (3,1%) Frutos secos (2,3%) Vino de mesa sin DO (7,2%) Cerveza (2,2%)
DISMINUCIÓN > 2% 2012-2011	Carne vacuno fresca (-2,6%) Carne ovino/caprino fresca (-9,2%) Aceite de oliva (-3,8%) Tomates (-2,3%) Vinos tranquilos DO (-3,5%) Espumosos DO (-3,0%) Zumo y néctar (-6,2%) Agua mineral (-2,8%)	Carne cerdo fresca (-2,2%) Carne vacuno fresca (-2,5%) Carne ovino/caprino fresca (-12,3%) Pescados (-2,3%) Mariscos, moluscos y crustáceos (-3,3%) Aceite de oliva (-3,6%) Patatas frescas (-4,0%) Patatas congeladas (-2,4%) Vinos tranquilos DO (-6,9%) Espumosos DO (-7,8%) Bebidas alcohólicas alta graduación (-3,0%) Zumo y néctar (-3,9%) Agua mineral (-2,8%)





Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).

CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2012

	CONSUMO			GASTO		
	Millones kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	380,7	8,3	1,2	857,1	18,6	1,3
CARNE	2.434,9	52,9	8,0	15.329,7	332,8	22,7
CARNE FRESCA	1.780,7	38,7	5,8	10.264,2	222,8	15,2
CARNE CONGELADA	81,0	1,8	0,3	364,0	7,9	0,5
CARNE TRANSFORMADA	573,3	12,4	1,9	4.701,5	102,1	7,0
PESCA	1.215,0	26,4	4,0	8.856,8	192,2	13,1
PESCADOS	685,6	14,9	2,2	4.609,4	100,1	6,8
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	340,4	7,4	1,1	2.525,1	54,8	3,7
CONSERVAS PESACDO Y MOLUSCOS	189,0	4,1	0,6	1.722,3	37,4	2,5
LECHE LÍQUIDA	3.404,1	73,9	11,2	2.356,7	51,2	3,5
OTRAS LECHES	31,2	0,7	0,1	246,8	5,4	0,4
DERIVADOS LACTEOS	1.619,5	35,2	5,3	5.722,1	124,2	8,5
PAN	1.652,5	35,9	5,4	3.890,3	84,4	5,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	601,7	13,1	2,0	2.721,5	59,1	4,0
CHOCOLATES Y CACAOS	158,7	3,4	0,5	1.052,6	22,8	1,6
ARROZ	184,6	4,0	0,6	261,0	5,7	0,4
PASTAS	177,3	3,8	0,6	308,2	6,7	0,5
AZÚCAR	189,3	4,1	0,6	196,6	4,3	0,3
LEGUMBRES	147,0	3,2	0,5	233,2	5,1	0,3
ACEITE	596,2	12,9	2,0	1.274,8	27,7	1,9
ACEITE DE OLIVA	426,1	9,2	1,4	1.051,2	22,8	1,6
ACEITE DE GIRASOL	153,8	3,3	0,5	198,3	4,3	0,3
MARGARINA	34,4	0,7	0,1	124,2	2,7	0,2
ACEITUNAS	105,7	2,3	0,3	297,1	6,4	0,4
VINOS	408,2	8,9	1,3	892,7	19,4	1,3
ESPUMOSOS	27,1	0,6	0,1	134,0	2,9	0,2
CERVEZAS	812,9	17,6	2,7	945,7	20,5	1,4
SIDRA	14,1	0,3	0,0	26,4	0,6	0,0
WHISKY	9,2	0,2	0,0	116,8	2,5	0,2
GINEBRA	4,1	0,1	0,0	51,1	1,1	0,1
RON	4,0	0,1	0,0	51,2	1,1	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	504,2	10,9	1,7	450,4	9,8	0,7
PATATAS	1.391,8	30,2	4,6	997,9	21,7	1,5
HORTALIZAS FRESCAS	2.870,6	62,3	9,4	4.549,8	98,8	6,7
FRUTAS FRESCAS	4.781,0	103,8	15,7	6.214,3	134,9	9,2
FRUTOS SECOS	120,9	2,6	0,4	770,8	16,7	1,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	604,1	13,1	2,0	1.260,9	27,4	1,9
PLATOS PREPARADOS	556,6	12,1	1,8	2.252,5	48,9	3,3
CAFÉS E INFUSIONES	80,50	1,75	0,3	1.061,17	23,03	1,6
SALSAS	105,3	2,3	0,3	366,7	8,0	0,5
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	2.376,5	51,6	7,8	494,6	10,7	0,7
REFRESCOS Y GASEOSAS	2.114,6	45,9	6,9	1.632,2	35,4	2,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	**30.481,5**	**661,6**	**100,0**	**67.634,4**	**1.468,1**	**100,0**

Fuente: MAGRAMA (2013).

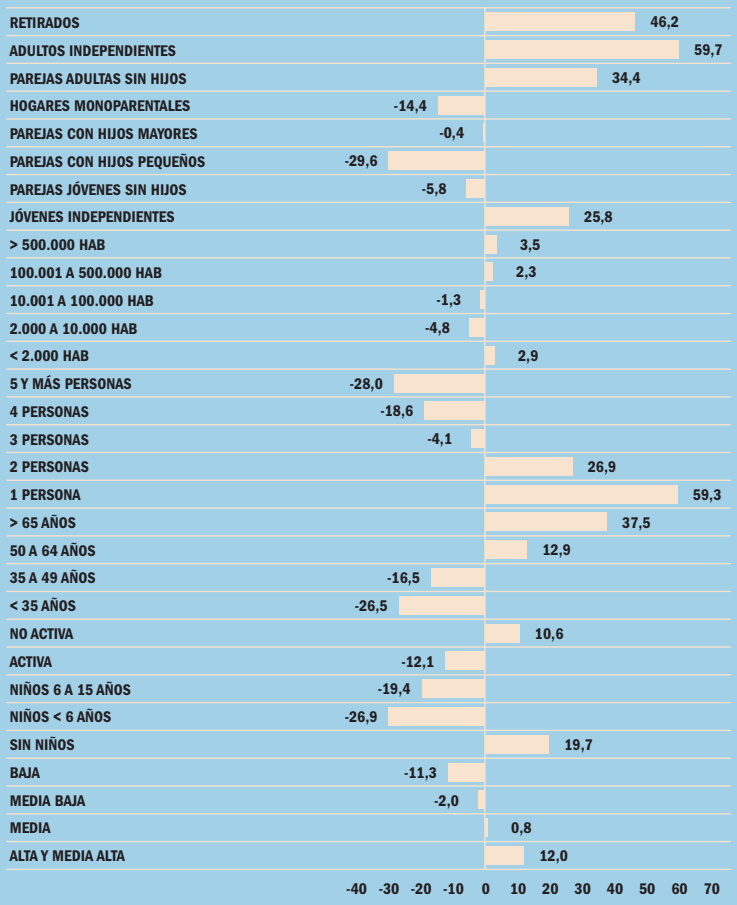
La evolución del mercado alimentario español está condicionada por los cambios demográficos que se vienen experimentando. Durante el año 2012, los hogares de retirados, parejas con hijos pequeños y parejas adultas con hijos de edad media ha impulsado el sector puesto que, con respecto a la población total, representan un 53,8%. Ante estas circunstancias, 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.

El gasto en alimentos y bebidas también ha sido dispar por comunidades autónomas durante el año 2012. Así pues, la media de 1.468,1 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en País Vasco (1.730,3), Cataluña (1.668,5), y Cantabria (1.646,0); mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.222,5), Andalucía (1.307,6) y Castilla-La Mancha (1.316,8).

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 (63,3 kilos) y el menor en Canarias (44,7 kilos).
- Para el pescado, en País Vasco se consumen 33,7 kilos, mientras que en Canarias se llega a 17,6 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Cantabria (12,6 litros) y Murcia (6,4 litros).
- Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (81,1 kilos), mientras que Extremadura tiene los registros más reducidos (46,0 kilos).

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2012



Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).



¡MERCABARNA VITAL!

700 empresas de alimentación fresca
comparten dinamismo, servicios, recursos,
seguridad, conocimiento...

MERCABARNA, UN CLÚSTER LLENO DE OPORTUNIDADES

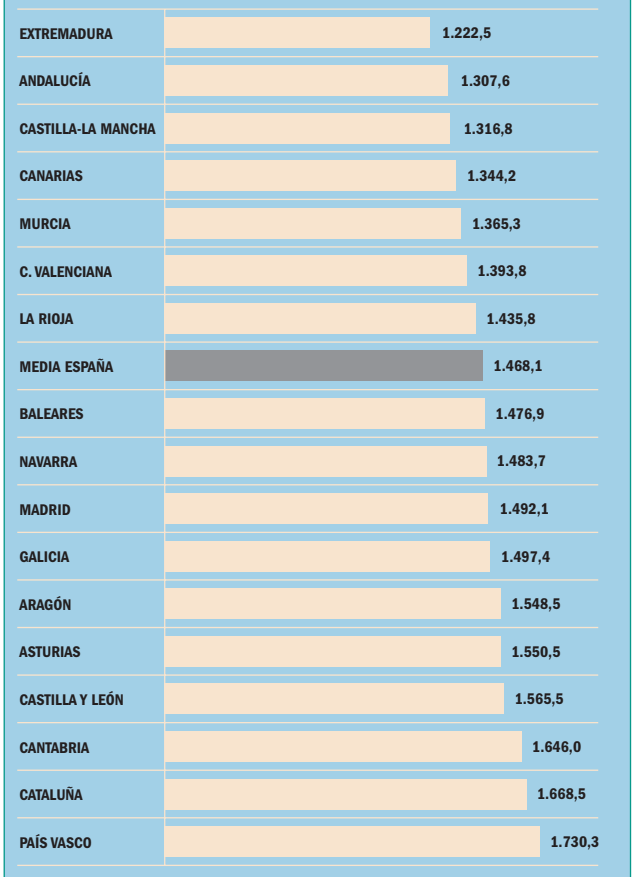
mercabarna

- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Castilla y León (128,1 kilos), mientras que el menor está en Canarias (82,7 kilos).
- Extremadura es la comunidad que menos vino consume (5,0 litros), mientras que Cataluña alcanza los valores más elevados (12,4 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 (53,6% de cuota de mercado en 2012) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (22,7% de cuota) que, junto al resto de formatos, tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota cercana al 14,5%.

GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2012



Fuente: MAGRAMA (2013).



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 por el comprador español (alcanza, por ejemplo, una cuota del 31,1% en la comercialización de carne o del 40,6% 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 70,7% de las ventas de leche o el 59,2% de las ventas de aceite de oliva).

Con carácter general, los consumidores dedican un promedio de 3 horas a la semana para realizar la compra de alimentos y se rompe la tendencia de los últimos años de emplear menos tiempo en la realización de la compra. En este sentido, ante la crisis, los consumidores analizan con más detenimiento los productos que compran y los precios que pagan por estos productos (por ejemplo, en 2008 el tiempo medio dedicado era de 2 horas y 45 minutos); se estima que, desde el comienzo de la crisis, el consumidor español dedica semanalmente un 10% más de tiempo para la compra de alimentos.

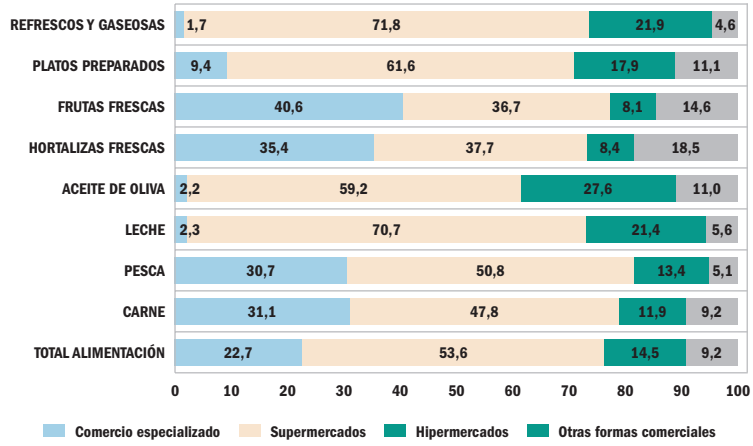
A la hora de elegir el establecimiento de compra, se prioriza precio (62,7%) por encima de calidad (51,9%) y proximidad (50,9%), aunque éstos últimos tienen un gran peso en la elección final. Para seleccionar los productos que se incluyen en la cesta de la compra, sigue existiendo una fidelidad a

las marcas (un 73,9% de los entrevistados en el Observatorio de Consumo y Distribución, manifiesta comprar siempre las mismas). No obstante, el precio cobra una mayor importancia y, por tanto, muchas veces se adquieren productos más baratos aunque la marca no sea conocida (el precio ha ido aumentando su importancia puesto que, por ejemplo, en 2007 sólo era mencionado por un 34,1% de los compradores).

Los consumidores que declaran que les gusta comprar siempre en el mismo establecimiento se incrementa al 91,7% mientras que, por el contrario, aquellos que suelen cambiar con frecuencia de establecimiento se cifran en el 22,6%. Internet, como canal de compra de productos de alimentación, es utilizado en alguna ocasión por un 9,5% de los consumidores (este porcentaje se eleva entre los jóvenes menores de 35 años y disminuye para los mayores de 50 años).

Durante el año 2012, continua aumentado el consumo de marcas de distribuidor (el 91,3% de

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2012



Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).



CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2012

	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	TOTAL VINO (litros)
CATALUÑA	56,0	26,2	9,3	74,8	114,7	12,4
ARAGÓN	61,8	28,5	10,0	81,1	110,2	8,1
BALEARES	49,2	19,0	8,9	60,9	97,6	10,7
C. VALENCIANA	54,0	23,1	6,6	64,6	98,0	7,1
MURCIA	49,7	23,0	6,4	63,0	95,1	6,4
ANDALUCÍA	47,9	24,5	9,2	58,4	90,8	7,5
MADRID	53,4	27,8	9,4	62,8	110,1	8,6
CASTILLA-LA MANCHA	52,8	27,4	7,8	52,8	95,6	6,7
EXTREMADURA	48,7	22,7	7,7	46,0	84,4	5,0
CASTILLA Y LEON	63,3	33,4	11,3	61,6	128,1	8,7
GALICIA	52,5	31,3	11,6	58,9	105,9	10,8
ASTURIAS	52,7	31,5	11,4	48,1	103,5	11,7
CANTABRIA	54,9	33,4	12,6	65,8	118,5	11,2
PAÍS VASCO	53,8	33,7	10,8	64,8	118,2	11,6
LA RIOJA	54,0	24,8	12,0	52,6	106,0	5,9
NAVARRA	51,4	24,8	7,7	52,7	119,3	7,4
CANARIAS	44,7	17,6	10,3	50,0	82,7	6,8
MEDIA ESPAÑA	**52,9**	**26,4**	**9,2**	**62,3**	**103,8**	**8,9**

Fuente: MAGRAMA (2013).

CANALES DE ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR

Ticket medio por comensal de 4,84 euros -1,2% respecto a 2011	**Total ventas 33.044 millones €** -4,1% respecto a 2011	**6.831 millones de visitas al sector de la restauración** -2,9% respecto a 2011
Restaurantes con servicio de mesa 16.290,9 millones € (49,3%)		**49,3% Ventas (-5,0%)** **18,9% Visitas (-4,5%)** **12,63 euros ticket (-0,6%)**
Establecimientos de autoservicio, servicio rápido o en barra 10.160,8 millones € (30,7%)		**30,7% Ventas (-2,8%)** **49,0% Visitas (-2,4%)** **3,03 euros ticket (-0,3%)**
Máquinas, hoteles, transporte, ocio nocturno, conveniencia... 6.592,4 millones € (20,0%)		Las máquinas expendedoras son el único canal que no cede ventas **Todos los canales pierden visitas durante el último año** Los hoteles incrementan el ticket medio en un 1,9%

Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).

los consumidores entrevistados las adquiere en algún producto). El precio es la variable más valorada en los productos con marca de distribuidor, aunque la calidad y el etiquetado también se consideran significativos.

Gasto y consumo alimentario fuera del hogar

La cifra de ventas en el sector de alimentación y bebidas fuera del hogar alcanzó 33.044 millones de euros durante el año 2012, experimentando una reducción del -4,1% respecto al año anterior (la minoración de la cifra de ventas ha sido especialmente acentuada por la evolución negativa durante el segundo semestre). Por otra parte, las visitas realizadas al sector de restauración han experimentando una reducción del -2,9% respecto al año 2011 (6.831 visitas en 2012 frente a 7.036 visitas en 2011); la bajada de visitas ha sido más significativa en el segundo y cuarto trimestre (-3,0% y -4,2%, respectivamente). Además, el ticket medio por comensal alcanzó 4,84 euros durante el año 2012, experimentando una minoración del -1,2% respecto al año anterior; por trimestres, la reducción del ticket medio por comensal ha sido más importante durante el tercer y cuarto trimestre (-2,3% y -1,4%, respectivamente).

Estas cifras se derivan el estudio *Principales variables que caracterizan la demanda extradoméstica de alimentación desde el punto de vista del consumidor,* que ha sido elaborado desde el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) apoyándose en un panel de cobertura nacional que refleja los hábitos de alrededor de 60.000 panelistas y 90.000 actos de consumo.



Durante el año 2012, la comida (40,2%) y la cena (26,8%) representan los dos momentos de consumo más significativos en las ventas totales. El consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar disminuye sensiblemente en aperitivos (-10,6%) y en las comidas principales, es decir, cena (-5,6%) y comida (-5,1%). En el último ejercicio, el mayor número de visitas al sector de la restauración se concentra en merienda (21,7%), comida (20,0%), desayuno (17,1%) y cena (13,9%).

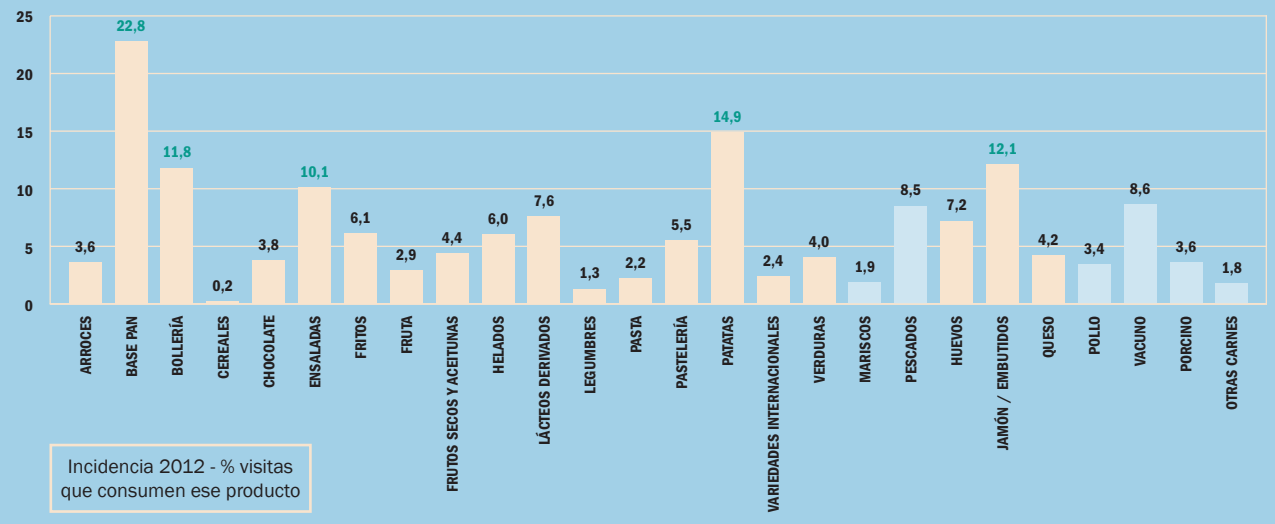
En cuanto a la evolución del número de visitas, se observa que, durante el año 2012, aquellas que incluyen a menores de edad son las únicas que crecieron (8,3% con niños

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO POR PRODUCTOS: % VISITAS QUE CONSUMEN PRODUCTO

Incidencia notable (>10%)
Base Pan
Bollería
Ensaladas
Base Patatas
Jamón y Embutidos

Incidencia media (10-5%)
Fritos
Helados
Derivados lácteos
Pastelería
Pescados
Huevos
Vacuno

Incidencia reducida (<5%)
Arroces
Cereales
Chocolate
Fruta
Frutos Secos y Aceitunas
Legumbres
Pasta
Verduras
Mariscos
Queso
Pollo
Porcino
Otras carnes



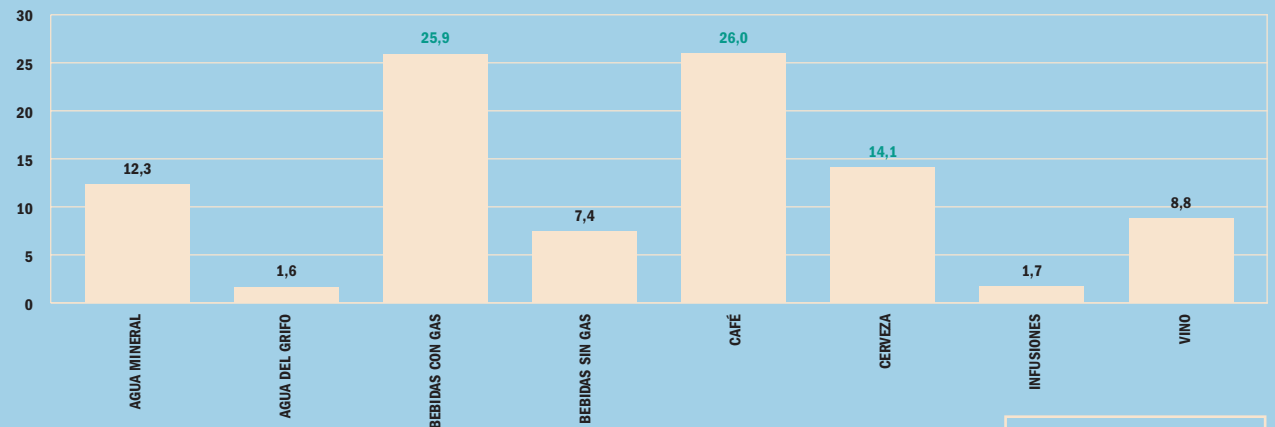
Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO POR PRODUCTOS: % VISITAS QUE CONSUMEN BEBIDAS

Incidencia notable (>10%)
Agua Mineral
Bebidas con gas
Café
Cerveza

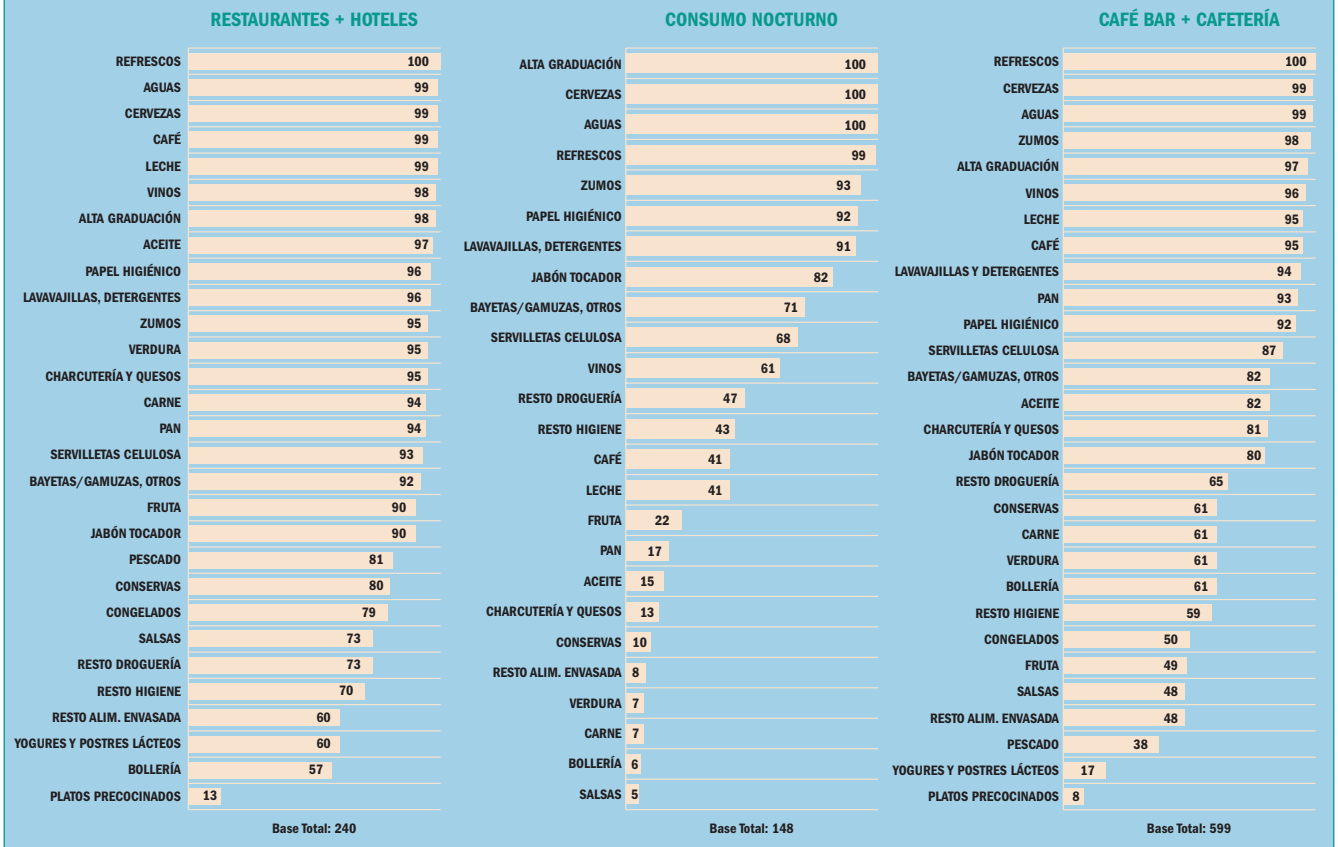
Incidencia media (10-5%)
Bebidas sin gas
Vino

Incidencia reducida (<5%)
Agua del frifo
Infusiones



Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).

RANKING DE PRODUCTOS MÁS COMPRADOS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO % ESTABLECIMIENTOS COMPRAN EL PRODUCTO



Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).

de 0-9 años y 2,6% con acompañantes de 10-17 años). El resto de colectivo perdieron visitas en términos netos y especialmente los grupos mayores de 65 años (-7,7%), de 45-54 años (-5,8%) y los jóvenes 18-24 (-5,1%).

En el último año, el área Andalucía/Canarias/Ceuta/Melilla concentra la mayor participación de las ventas en el sector de la restauración con 7.380 millones de euros que suponen el 22,3% sobre el total. Respecto al 2011, las ventas en alimentación y bebidas fuera del hogar han disminuido significativamente en el área de Levante (-16,8%) mientras que, por el contrario, se incrementan en Centro (7,9%) y en Norte Centro (6,0%).

Los productos con base pan son los más frecuentes en la demanda fuera del hogar (22,8%), seguidos de productos basados en patatas (14,9%), jamón y embutidos (12,1%), bollería (11,8%) y ensaladas (10,1%). Mientras, las bebidas con una mayor incidencia en el consumo fuera del hogar son el café (26%), las bebidas con gas (25,9%), la cerveza (14,1%), el agua mineral (12,3%) y el vino (8,8%).



En la evolución durante el año, destaca la minoración en 95 millones de raciones en los productos con base pan, 50 millones en productos lácteos, 47 millones en pescados, 46 millones en vacuno, 44 millones en helados y 39 millones en pollo. Por el contrario, aumenta el consumo en raciones de jamón y embutidos en 48 millones, quesos en 17 millo-

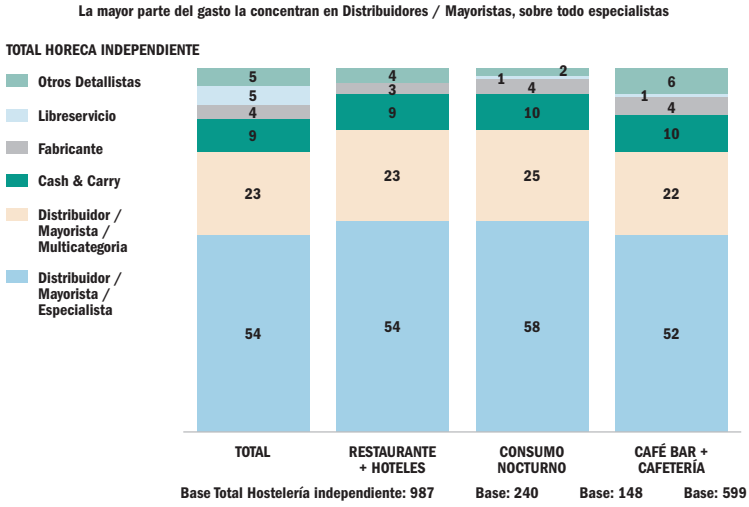
nes y fritos en 15 millones. En cuanto a las bebidas, destaca la minoración en 130 millones de consumiciones en el café, 85 millones en agua mineral, 48 millones en cerveza y 31 millones en bebidas sin gas; aumenta la demanda en consumiciones únicamente en el caso del vino con un incremento de 5 millones respecto al año 2011.

En relación a la incidencia de alimentos y bebidas en los distintos tipos de establecimientos de restauración, hay que atender al estudio *Hábitos de aprovisionamiento en Horeca,* elaborado también por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), que pretende conocer las pautas de aprovisionamiento de alimentación y bebidas en este canal, apoyándose en una muestra total de 987 establecimientos independientes y en algunos de los principales operadores de la restauración organizada del mercado español:

- Los restaurantes y hoteles consumen, de manera generalizada, bebidas (refrescos, aguas, cervezas, café, leche, vinos y bebidas de alta graduación) mientras que, por el contrario, los platos precocinados cuentan con una menor participación (13%).
- En los establecimientos de consumo nocturno se observan algunas diferencias, puesto que, con carácter general, la demanda se centra en bebidas de alta graduación (100%), cervezas (100%) y aguas (100%), mientras que otros productos como verdura (7%), carne (7%), bollería (6%) o salsas (5%) no se consumen de una manera significativa.
- En los bares y cafeterías resulta mayoritario comprar refrescos (100%), cervezas (99%), aguas (99%), zumos (98%) y bebidas de alta graduación (97%). Por el contrario, los menores porcentajes de compra se asocian a platos precocinados (8%), yogures y lácteos (17%) y pescado (38%).

En cuanto al número de proveedores, la restauración organizada negocia para cada producto que necesita, puesto que las cantidades

REPARTO DEL GASTO POR TIPO DE PROVEEDOR Y CANAL (% GASTO)



Restauración Organizada:

A excepción de las bebidas, en las que las compras se realizan directamente a través del fabricante, el resto de productos, en la mayoría de estos grupos, son gestionadas a través de un operador logístico.

Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2013).



son muy importantes y, por tanto, llega a tener cerca de 200 proveedores (posteriormente el operador logístico facilita el proceso de aprovisionamiento con una agrupación de actividades de todos ellos). Por el contrario, la restauración independiente tiene menos proveedores, porque agrupa sus compras y no negocia para cada producto concreto puesto que no tiene capacidad (entre 8 y 9 proveedores, de media, les surten de todos los productos). Los encargados de compras en los establecimientos de restauración ocupan a la semana más de media jornada laboral a la gestión con sus aprovisionamientos (4 horas y 38 minutos en la restauración independiente y cerca de 5 horas en la restauración organizada).


Los establecimientos más exigentes
cuentan con la mejor marca
Compro en
mercamadrid®
Símbolo de confianza
mercamadrid
internacional
Busque esta marca
en establecimientos autorizados
OFICINA DEL
MINORISTA Y USUARIO
ODMU



Alimentación en España 2013

Información por Sectores

Cereales

Los cereales son el alimento básico del hombre. Todavía hay pueblos en el mundo para los que los cereales son el único alimento durante la mayor parte del año y hay otros que los consumen con mucha frecuencia por el aporte de hidratos de carbono que proporcionan. No obstante, en los países desarrollados su peso en la alimentación se ha ido reduciendo, especialmente en el último siglo.

El trigo, el mijo, el arroz y el maíz son los cuatro cereales más consumidos, aunque también tienen importancia a escala mundial otros granos cerealistas como el centeno, la avena y la cebada.

El principal destino de los cereales es la alimentación humana, pero también se produce mucho grano para alimentar a los animales y abastecer a la industria química. Del cereal se obtienen harinas panificables, sémolas, maltas, granos para cocer o para inflar, así como numerosos productos alimenticios derivados de los anteriores.

IMPORTACIA MUNDIAL DEL CEREAL

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. En el año 2012, la FAO -organismo de la ONU para la Agricultura y la Alimentación- publicó que la producción mundial de cereal (incluido el arroz) ascendió a 2.323 millones de toneladas, lo que suponía un 3,5% más que en la campaña anterior.

En la Unión Europea los cereales han pasado a ser, después de la leche y las hortalizas, el tercer producto agrario más importante desde el punto de vista económico. La cosecha final de cereales en 2012 se situó en 279 millones de toneladas, un volumen inferior al de la campaña precedente. De todos los países, el mayor productor fue, un año más, Francia, con una cosecha próxima a los 67 millones de toneladas y el segundo, Polonia, con 28 millones.

La mayor cosecha comunitaria durante 2012 fue la de trigo con un volumen de 132,7 millones de toneladas (5 millones menos que en 2011), seguida del maíz con 56,6 millones de toneladas (10 millones menos) y la cebada con 54,2 millones (3 millones más).

El trigo es, con mucho, el cereal más presente en la UE, pues representa casi el 50% del total. Del 50% 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 alrededor de un tercio para el consumo humano. Sólo el 3% de la producción se utiliza para los biocombustibles.

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.

Tras la adhesión de los últimos Estados miembros de la UE, los cereales suponen en torno al 11% del valor de la Producción Final Agraria comunitaria y el 15% de la Producción Final Vegetal, ambas macromagnitudes medidas a precios básicos (incluyen subvenciones).

CEREALES EN ESPAÑA

En España, los cereales (incluyendo el arroz) supusieron en 2012 el 10,7% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria a precios básicos. Respecto a la Producción Vegetal, los cereales supusieron el 18%, un porcentaje superior al de 2011, como ya ocurriera también ese año.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREALES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	201	2012*
TRIGO	4,8	5,8	6,9	5,1
CEBADA	7,4	8,2	8,3	5,9
MAÍZ	3,4	3,2	4,1	4,2
ARROZ (CÁSCARA)	0,9	0,9	0,9	0,8
AVENA	0,9	1,1	1,1	0,7
CENTENO	0,2	0,2	0,4	0,3
OTROS CEREALES	0,1	0,1	0,1	0,1
TOTAL	**17,7**	**19,5**	**21,8**	**17,3**

** Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	690	660,3	695	655,4
EE UU	60,3	60,1	54,41	61,7
UE-27	139,2	137,2	137,2	132,7
ESPAÑA	**4,8**	**5,8**	**6,9**	**5,1**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA, FAO, Eurostat y USDA.*

La producción de cereales descendió en volumen un 19,8% respecto al año precedente, al tiempo que los precios aumentaron un 14,5% y el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria descendió un 8%, hasta situarse en 44 millones de euros en términos corrientes.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) ascendió en 2012 a 17,3 millones de toneladas, casi 4 millones de toneladas menos que en la campaña anterior.

Cebada

Por volumen de producción y superficie cultivada la cebada es el cereal más importante de España. En 2012 la producción total de cebada se situó en 5,9 millones de toneladas (2 millones menos que en 2011).

Existen dos tipos de cebada según la duración de su ciclo biológico: 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. Actualmente, un 25% de las cebadas españolas se corresponde con las variedades caballares (6 carreras) y un 75% a las variedades denominadas cerveceras (2 carreras).

La producción de cebada comunitaria aumentó en 2012, mientras que a nivel mundial el cultivo se retrotrajo hasta situarse en 130 millones de toneladas. En la UE, de la cantidad total, más del 50% correspondieron a la producción de cebada de dos carreras (spring barley).

El consumo mundial de este cereal se situó en 140 millones, y para abastecerlo se tuvo que recurrir a los stocks de grano.

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	158	152	134	130
EE UU	4,8	4,9	4,8	4,7
UE-27	62,3	53	51,3	54,2
ESPAÑA	**7,4**	**8,2**	**8,3**	**5,9**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA, FAO, Eurostat y USDA.*

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

	CEBADA 6 CARRERAS		CEBADA 2 CARRERAS		CEBADA TOTAL	
CC AA	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	132,7	80,7	129,8	63,7	262,50	144,4
ARAGÓN	148,2	95,9	1.022	688,7	1.170,30	787,1
BALEARES	32,8	27,6	21,8	18,4	54,6	46,1
CANARIAS	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1
CANTABRIA	0,1	1	0	0	0,6	1,5
CASTILLA-LA MANCHA	505,5	339,14	1.903,30	1.295	2.408,80	1.634,70
CASTILLA Y LEÓN	269,90	190	2.869	2.042	3.139	2.232,40
CATALUÑA	42,2	43,4	474,6	453,8	516,9	497,2
COMUNIDAD VALENCIANA	9,8	5,9	31,2	17,2	41	23,1
EXTREMADURA	3,2	1,3	100,2	52,9	103,4	54,2
GALICIA	0	0	0,6	0,5	0,6	0,5
LA RIOJA	0	0	55	51	55	51
MADRID	1,3	0	129,4	98,8	130,7	98,8
MURCIA	31,1	22,2	4,2	9,2	35,4	31,3
NAVARRA	0	0	326,6	298,9	326,6	298,9
PAÍS VASCO	0	0	82,8	78,6	82,8	78,6
ESPAÑA	**1.177,4**	**807,7**	**7.150,70**	**5.169**	**8.328,2**	**5.977**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*

Trigo

Entre blando y duro, la producción de trigo en la Unión Europea en 2012 fue de 133 millones de toneladas (4 millones menos que el año anterior). De la producción total, que supone casi el 50% de la cosecha de cereales comunitaria, el grueso es la de trigo blando. El primer país europeo productor de trigo es Francia, seguido de Alemania.

En España, al contrario que en años anteriores, el balance de la cosecha de trigo fue negativo. La producción total de trigo se situó en torno a los 5,1 millones de toneladas (casi 2 millones de toneladas por debajo), de las que 4,6 millones correspondieron a la cosecha 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.

Respecto al comercio exterior, en 2012 se importaron más de 5,4 millones de toneladas de trigo, por un valor de 1.320 millones de euros.

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 se dedican 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.

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

	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
CC AA	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	313,1	182,2	687	0	1.000,10	487,9
ARAGÓN	457,7	349,1	220,2	112,8	677,9	461,8
ASTURIAS	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1
BALEARES	13,3	14,6	0	0	13,3	14,6
CANARIAS	0,2	0,1	0	0	0,2	0,1
CANTABRIA	1,4	3,1	0,3	0,3	1,7	3,4
CASTILLA-LA MANCHA	821,1	599,1	6,3	4,4	827,4	603,5
CASTILLA Y LEÓN	2.983,80	2.278	5,2	4,6	2.989	2.282,50
CATALUÑA	392,8	334,1	0,7	0,7	393,5	334,8
COMUNIDAD VALENCIANA	9,4	6,8	0,3	0,3	9,7	7,1
EXTREMADURA	181	114,5	17,8	10,2	198,8	124,7
GALICIA	33,8	37	0	0	33,8	37
LA RIOJA	167	148	0,3	0,4	167,3	148,4
MADRID	69,7	77,9	0,3	0	70	77,9
MURCIA	15,5	14,7	0,4	1,1	15,9	15
NAVARRA	340,7	331,1	5	2	345,7	333,1
PAÍS VASCO	155,8	160,1	0	0	156	160,1
ESPAÑA	**5.956,30**	**4.650,30**	**943,9**	**442,6**	**6.900,2**	**5.093**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*

Maíz

Desde el punto de vista de la superficie y de la producción, el maíz es a nivel mundial el cereal más importante. En 2012, la producción mundial de maíz ascendió a 856 millones de toneladas, un volumen muy inferior al del año anterior debido a la caída de la producción en Estados Unidos que es el principal país productor.

Por su lado, en la Unión Europea después de tres campañas de crecimiento la producción se redujo y se situó en 56,5 millones de toneladas (en la campaña anterior se habían alcanzado los 68 millones).

A nivel europeo, el principal país productor de maíz en 2012 siguió siendo Francia con el 24%, seguido de Rumania e Italia.

La producción española en 2012 aumentó ligeramente hasta alcanzar los 4,2 millones de toneladas. 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.

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	823	819	883	856
EE UU	108	100	314	274
UE-27	56,3	57,7	67,7	56,5
ESPAÑA	**3,5**	**3,3**	**4,1**	**4,2**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA, FAO, Eurostat y USDA.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	365	458
ARAGÓN	814	684
ASTURIAS	1	1
BALEARES	1,6	1,7
CANARIAS	1,7	1,6
CANTABRIA	4,2	4,2
CASTILLA-LA MANCHA	461,2	442,7
CASTILLA Y LEÓN	1.121,00	1.108
CATALUÑA	352,5	376,2
COMUNIDAD VALENCIANA	4,7	4,1
EXTREMADURA	661	714,5
GALICIA	133	147
LA RIOJA	5,8	6,4
MADRID	74,3	97,8
MURCIA	1,2	1,2
NAVARRA	147,5	184,9
PAÍS VASCO	1,6	1
ESPAÑA	**4.150**	**4.234,60**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*

Con el fin de abastecer las necesidades del mercado nacional se importan anualmente unos 6 millones de toneladas y también se exporta una pequeña cantidad, por debajo de las 200.000 toneladas, de maíz de gran calidad.

En torno al 25% del maíz que nuestro país 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.

Arroz

De todos los cereales que se producen, es el arroz el que más se utiliza en alimentación humana sin apenas transformación. Prácticamente la mitad de los 7.000 millones de personas que habitan en el mundo tienen el arroz como base de su dieta y otro importante número de la población consume este cereal con 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 siembran de arroz en el mundo. Se denomina arroz cáscara (arroz paddy en inglés) al cereal más recolectado.

A nivel mundial, la producción de arroz registró en la campaña 2012 un incremento del 2% gracias a los buenos rendimientos alcanzados en algunos de los principales países productores. En total, la producción ascendió a 470 millones de toneladas. China, con cerca de 190 millones de toneladas de arroz cáscara, es el primer país productor del mundo seguida de India, Indonesia, Bangla Desh, Vietnam, Tailandia, Filipinas,

Brasil, Japón y Estados Unidos, cuya producción se sitúa en torno a los 8,5 millones de toneladas de las que aproximadamente el 50% se destina a la exportación.

En la Unión Europea, el cultivo se concentra principalmente en Italia (50%) y en España (25%), si bien hay otros 6 países con producción de este cereal. La producción en 2012 se situó en algo más de 2 millones de toneladas de arroz cáscara, un volumen inferior al de la producción del año anterior.

Por tipos de arroz cultivados, la variedad japónica es la más producida, con casi el 95% del total. Alrededor de dos tercios del arroz que consumen los ciudadanos europeos se cultiva en la Unión Europea. Para abastecer la demanda, la UE 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 adquirido importancia. El actual nivel de producción de arroz en la UE no es suficiente para hacer frente a la creciente demanda, lo que explica que la UE sea uno de los principales importadores de arroz a nivel mundial.

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	685	466	466	470
EE UU	6	10	5,9	6,4
UE-27	2,6	3,2	2,11	2,1
ESPAÑA	**0,9**	**0,9**	**0,9**	**0,8**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA, FAO, Eurostat y USDA.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	361,2	353,8
ARAGÓN	78,5	37,5
BALEARES	0,2	0,1
CASTILLA-LA MANCHA	1,1	0,9
CATALUÑA	121,3	131,8
COMUNIDAD VALENCIANA	123,5	129,2
EXTREMADURA	215	210,3
MURCIA	1,9	1,8
NAVARRA	17,1	15,6
ESPAÑA	**919,90**	**881,10**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*

En la campaña 2012, la superficie dedicada al cultivo del arroz en España se situó en 122.200 hectáreas (prácticamente la misma de la campaña anterior) y la producción en 881.100 toneladas de arroz cáscara, un volumen ligeramente inferior al del año precedente.

El cultivo del arroz en España se concentra en Andalucía, Extremadura, Comunidad Valenciana, Cataluña y Aragón, si bien se cultivan también pequeñas áreas en Navarra, Murcia, Castilla La-Mancha, La Rioja y Baleares.

De todo el arroz cultivado en España, el de tipo japónica, más conocido como arroz redondo, representó en 2012 el 55,6%, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 44,4%. Es de destacar que en los últimos años el primero ha ido perdiendo peso a favor del segundo.

Otros Cereales

Si bien trigo, cebada y maíz son los principales cereales de Europa, hay también otros cuyas cosechas son importantes. Así, la producción española de centeno alcanzó en 2012 las 256.100 toneladas, un 30% menos que en 2011, año en el que, por otra parte, se había incrementado la cosecha en un porcentaje similar.

La cosecha nacional de avena ascendió a 678.200 toneladas, un 37% menos y la de triticale las 209.000 toneladas, prácticamente un 2% más que la cosecha del año anterior, que también fue buena.

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, con mucha fibra, yendo el resto a piensos.

Asimismo, el grueso de la producción de avena se destina a consumo humano, principalmente como gachas, que tienen un elevado contenido energético.

Por su parte, en la Unión Europea la cosecha de centeno se saldó con una producción de 7,8 millones de toneladas y la de avena con 8,7 millones de toneladas (muy superiores en ambos casos a los volúmenes alcanzados un año antes) y la de triticale con más de 10 millones de toneladas, frente a los más 9 millones del año anterior.

Harinas

En España se producen alrededor de 2,9 millones de toneladas de harinas, con pocas modificaciones interanuales. En torno a un 95% de esa producción se destina al consumo interior, mientras que el restante 5% se vende fuera de nuestras fronteras. La industria panificadora consume el 75% de la producción harinera, mientras que el porcentaje restante se dirige hacia industrias de segunda transformación, como las de pastelería, bollería, galletas, alimentos infantiles, pizzas, platos precocinados, etc. El sector tiene una capacidad instalada excedente, pero resulta difícil incrementar las exportaciones, ya que los principales mercados de destino han instalado industrias harineras y optan por las importaciones de trigo para su posterior procesamiento. También nuestro país es dependiente de las importaciones de trigo, ya que la mitad del trigo que consume la industria harinera española proviene del extranjero.

La industria transformadora de trigo en harina y sémola está compuesta por 135 fábricas, entre las que hay 127 harineras y 8 semoleras. Hay que recordar que en 2003 se encontraban en actividad 209 harineras, lo que muestra la reducción progresiva del número de plantas transformadoras. Durante 2012 dejaron la actividad 9 instalaciones harineras. La mayoría de las empresas del sector son de tamaño mediano y/o pequeño, de carácter familiar. El 80% de estas empresas se ubica en el medio rural, generalmente cerca de las grandes zonas cerealistas. La plantilla conjunta de todas estas industrias es de unos 3.000 trabajadores, con una media de 20 empleados por centro de producción. La mayor concentración de estas industrias se encuentra en Castilla y León (22), seguida por Andalucía (21), Castilla-La Mancha (20) y Cataluña (17). Por su parte, las 8 fábricas semoleras pertenecientes a 5 empresas se encuentran en Aragón (4), Andalucía (2) y Cataluña (2). Las exportaciones españolas de harina y sémolas llegaron durante 2012 hasta las 199.800 toneladas, de las que el 74,8% corresponde a la harina y el restante 25,2% a la sémola. El comercio exterior en estas partidas es claramente favorable a nuestro país, ya que las exportaciones de harina triplican a las importaciones, mientras que en el caso de la sémola, las importaciones son nueve veces inferiores a las exportaciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Harinera Vilafranquina, S.A. *	402,68
Maicerías Españolas, S.A. *	279,89
Harántico, S.L.	230,00
Harivasa 2.000, S.A.	80,69
Harinera La Meta, S.A.	80,00
Guría, S.A.	77,63
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	69,00
Harinera de Tardienta, S.A.	52,62
Harineras Villamayor, S.A.	50,38
Nutrigal Sociedad Aragonesa de Molinería, S.L.	48,11

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



Pan

El mercado de pan en España creció durante 2012 en un 1,2%, rompiendo la tendencia a la baja que se había registrado en los últimos ejercicios. Los productos de panadería representan el 6,5% de la cesta de la compra alimentaria. La producción registrada por la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería es de 665.840 toneladas de pan (+1,6%), por un valor de 715,5 millones de euros. Por su parte, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente indica que el consumo de pan en los hogares ronda 1,6 millones de toneladas, por un valor de 3.917 millones de euros. De esa cantidad, los panes frescos y congelados suponen el 84,4% del total en volumen y el 82,5% en valor. Por su parte, los panes industriales representan 15,6% en volumen y el 17,5% en valor.

Dentro de los primeros, los panes frescos normales son los más demandados, con 1,27 millones de toneladas, seguidos a mucha distancia por los panes integrales (103.400 toneladas) y los panes sin sal (14.700 toneladas). Entre los panes industriales, los panes frescos son los que registran mayores ventas (182.400 toneladas). A continuación aparecen los panes industriales normales (129.200 toneladas), los secos (72.200 toneladas), los enriquecidos (48.000 toneladas), los sin corteza (27.600 toneladas) y



los integrales (25.600 toneladas). La presentación más consumida es la barra o pistola, con cerca del 75% del total de los consumos. A bastante distancia aparecen las baguettes, con un porcentaje del 10%, las chapatas (7%) y el pan payés (4%).

Las masas congeladas han supuesto un factor renovador en un sector muy tradicional. De manera progresiva las masas congeladas van acaparando cuotas de mercado a costa de las presentaciones más clásicas. Según la Asociación Española de Masas Congeladas (ASEMAC) las ventas de pan congelado llega hasta 568.400 toneladas, con un crecimiento interanual del 5%, por un valor de unos 680,6 millones de euros, lo que supuso un 7,6% más que en el ejercicio precedente.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de la panadería presenta una base muy atomizada, ya que está compuesto por unas 170.000 empresas, entre las que hay 15.000 dedicadas a la producción y otras 155.000 que comercializan esa producción. El 90% de esas empresas está compuesto por negocios con menos de 10 empleados. La media de las empresas productivas del sector emplea a 8 trabajadores, mientras que la de comercialización apenas llega a 1,3 trabajadores. A pesar de esas cifras, las 30 empresas agrupadas en ASEMAC generan el 90% de todas las ventas del sector, tienen una plantilla conjunta de 5.000 personas y crean algo menos de 200.000 puestos de trabajo en la comercialización del pan. El sector de la panadería representa el 7,7% de la facturación total de la industria alimentaria de nuestro país. Se considera, también, que es el sector de la

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Europastry, S.A. *	380,00
Berlys Alimentación, S.A.	160,00
Panamar Panaderos, S.L.	109,60
Vandemoortele Ibérica, S.A. *	92,00
Forns Valencians, S.A. (FORVASA)	74,92
CSM Iberia, S.A. *	60,00
Cobopa, S.L.	40,40
Panificadora Ampuriabrava, S.L. *	37,70
Ingapan, S.L. *	37,60
Guzmán Gastronomía, S.L. *	37,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

industria alimentaria que más recursos humanos emplea, el 27,8% del total.

En el caso de las empresas de masas congeladas la situación es muy diferente, ya que existen unos elevados niveles de concentración, así como una fuerte penetración de capitales internacionales. El líder de este segmento es un gran grupo con una plantilla de 2.500 empleados, 10 centros de producción en toda España y una facturación anual de 389 millones de euros. El 15% de su producción



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PANADERÍA FRESCA Y SECA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Siro *	490,00
Pepsico Foods, A.I.E. *	430,00
Grupo Bimbo *	274,15
Panaderías Navarras, S.A. (Grupo PANASA)	225,00
Dulcesa, S.L. *	95,20
Grefusa, S.L. *	93,00
Juan y Juan Industrial, S.L. *	90,00
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	50,00
Pimad, S.A.	46,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

se comercializa fuera de nuestras fronteras. Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en el mercado de las masas congeladas y representan ya el 21% de todas las ventas en volumen de panadería en la distribución moderna y el 26% en valor.



DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 1.652,5 millones de kilos de pan y gastaron 3.890,3 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 35,9 kilos de consumo y 84,4 euros de gasto.
El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (30,2 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 27,6 kilos per cápita. En términos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 82,1% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (62,5 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 5,6 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 17,9% restante y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (9,4 euros).

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PAN	**1.652,5**	**35,9**	**3.890,3**	**84,4**
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.393,1	30,2	3.194,2	69,3
PAN FRESCO INTEGRAL	123,4	2,7	313,3	6,8
PAN FRESCO NORMAL	1.269,7	27,6	2.881,0	62,5
PAN INDUSTRIAL	259,4	5,6	696,1	15,1
PAN INDUSTRIAL FRESCO	186,2	4,0	431,5	9,4
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	27,2	0,6	53,6	1,2
PAN INDUSTRIAL NORMAL	130,3	2,8	269,0	5,8
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	28,6	0,6	108,9	2,4
PAN INDUSTRIAL SECO	73,2	1,6	264,6	5,7

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2012 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 sin niños consumen más cantidad de pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños menores de seis 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 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 pan, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes centros 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 y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, La Rioja, Asturias y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Baleares, Madrid y, sobre todo, Canarias.*



Bollería Gourmet

100% Mantequilla, 100% Sabor

La Bollería Gourmet de Berlys está considerada como la mejor y más valorada del mercado en su categoría. De calidad excepcional, está elaborada a base de mantequilla fresca obtenida directamente de la nata de la leche. Una gama inspirada en lo genuino, en la tradición y el saber hacer de los maestros artesanos panaderos y pasteleros centroeuropeos. ¡Lista para hornear!

Berlys, contigo día a día.

Sin Grasas Trans

Berlys

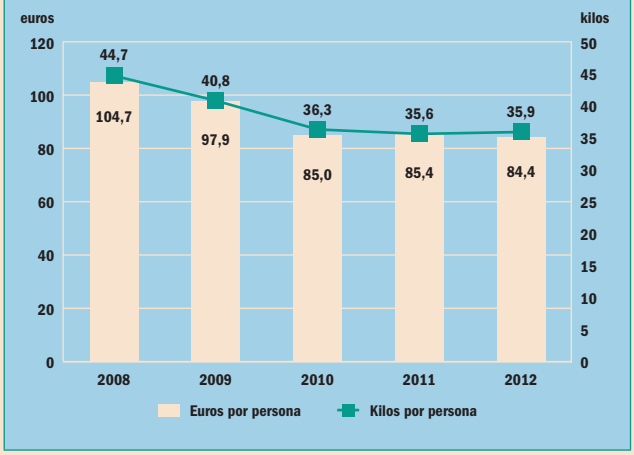
www.berlys.es
902 32 55 32

Evolución de la demanda

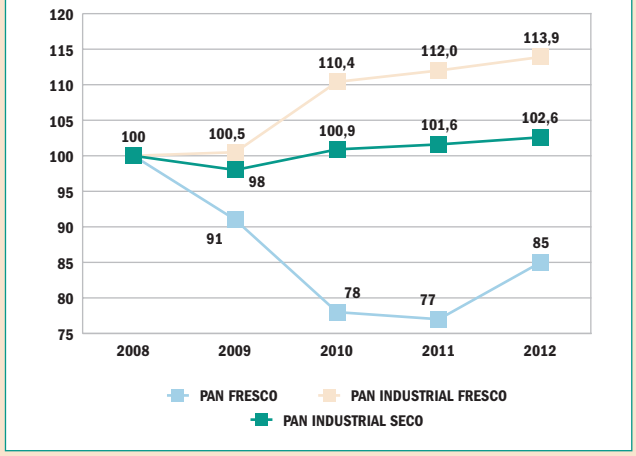
Durante los últimos cinco años, el consumo de pan ha caído 8,8 kilos por persona y el gasto ha descendido 20,3 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2008 (44,7 kilos y 104,7 euros por consumidor).

En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de pan industrial fresco y pan industrial seco aumenta y, por el contrario, en pan fresco se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PAN, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PAN (2008=100), 2008-2012



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 DE CAÑADA Y PINTERA

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- ESCANDA DE ASTURIAS *

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 *



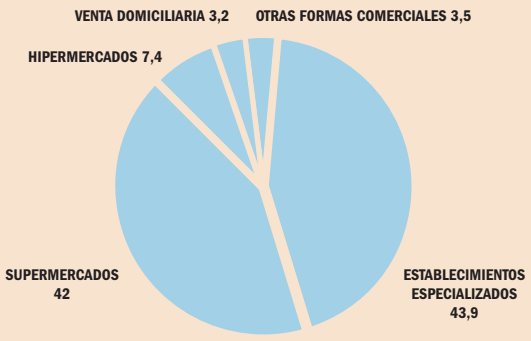
** Denominación en tramitación ****Protección Nacional Transitoria ✪ Inscrita en el Registro de la UE*

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 35,9 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PAN POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los establecimientos especializados o comercio tradicional (43,9% de cuota de mercado). El supermercado alcanza en este producto una cuota del 42% y el hipermercado llega al 7,4%. La venta a domicilio de pan supone un 3,2% sobre el total y el resto de canales concentra un 3,5% 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.

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

La producción de galletas en España superó ligeramente las 509.000 toneladas durante el último ejercicio computado, con un importante incremento interanual del 12%. Ese buen resultado se basó fundamentalmente en el comercio exterior, con un crecimiento del 18,8%, mientras que las demandas interiores aumentaron también en un significativo 8,9%, alcanzando las 340.890 toneladas. El valor total de esa producción fue de casi 986,8 millones de euros, un 14,1% más que en el ejercicio precedente. El mercado nacional superó ligeramente los 669 millones de euros (+8,5%). El precio medio de la galleta se situó durante 2012 en 3,45 euros/ kilo frente a los 3,32 euros/ kilo de 2011, lo que indica un crecimiento interanual del 4%.



Las galletas dulces siguen dominando las demandas de los consumidores españoles con cuotas de mercado del 96,3% en volumen y del 93,4% en valor. Las saladas se quedan en un más modesto 3% y 4% en valor, mientras que las dietéticas presentan unos porcentajes del 0,7% y 2,6% respectivamente. Dentro de las galletas dulces, las presentaciones más populares son las de desayuno diario (39% del total en volumen y 20,9% en valor), seguidas por las de desayuno salud (19,1% y 17,8%), las especialidades de merienda (18,7% y 25,8%), las de desayuno infantil (8,9% y 10,3%), las especialidades de adulto (6,7% y 11,7%), las especialidades surtido (4,3% y 6,9%) y las especialidades salud (3,3% y 6,6%). Las demandas de galletas de desayuno crecieron durante el pasado año en un 1% en volumen y un 7,3% en valor. También registraron un buen comportamiento las especialidades, ya que incrementaron sus ventas en un 1,3% en volumen y un 5,8% en valor, sobre todo debido al buen comportamiento de los productos orientados hacia la merienda y dirigidos hacia un público adulto.

Atendiendo a las ventas en el libreservicio puede indicarse que las galletas maría continúan siendo la referencia más popular, con cuotas del 34,3% en volumen y del 19,5% en valor. A continuación se sitúan las especialidades (12,4% y 16,8%), las tostadas (12,3% y 7,2%), las rellenas (12,1% y 13,5%), las bañadas y cubiertas (10% y 20,1%), las de relieve (7,4% y 6,1%), las saladas (3,6% y 4,9%), los surtidos (3,1% y 5,1%), los barquillos (2,8% y 4,7%) y las galletas bizcocho (2% en volumen y valor). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración constituye el rasgo más sobresaliente de la estructura del sector empresarial de fabricantes y comercializadores de galletas en nuestro país. Dentro de los grandes grupos que se reparten ese mercado aparecen algunas filiales de importantes compañías multinacionales. La empresa líder registra una producción de 121.000 toneladas y una facturación de 197,8 millones de euros. A continuación aparecen otros dos grupos con producciones en torno a las 87.000 toneladas, mientras que el cuarto operador se queda en 75.000 toneladas y el quinto ronda las 26.000 toneladas. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado y arañan cuotas de ventas de año en año. En la actualidad representan el 49,4% de todas las ventas en vo-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE GALLETAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Kraft Foods *	625,00
Grupo Siro *	490,00
Nutrexpa, S.L. *	391,03
Grupo Bimbo *	274,15
Galletas Gullón, S.A.	197,80
Galletas Artiach, S.A. - División Galletas	82,15
Delaviuda Alimentación, S.A. *	59,00
Sanchís Mira, S.A. *	45,00
Industrias Rodríguez, S.A. - Grupo *	45,00
Arluy - Grupo	40,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



lumen y el 33,2% en valor, mientras que la primera oferta marquista registra unos porcentajes del 16% y del 23,8% respectivamente, la segunda se queda en el 13,2% y el 13%, la tercera en el 7,8% y el 9,9% y la cuarta en el 6,4% y el 6,6%. La innovación y la apertura de nuevos mercados constituyen las dos estrategias principales para arañar cuotas de mercado ante la relativa estabilidad de la demanda interna. Alguno de los principales grupos del sector dedica hasta una tercera parte de su facturación a iniciativas de I+D. ○

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones son las que están generando un mayor dinamismo entre las empresas fabricantes y distribuidoras de galletas. De hecho, las ventas en el exterior crecieron en un importante 18,8% hasta alcanzar 168.120 toneladas, por un valor de 317,78 millones de euros, lo que supuso un incremento interanual del 27,9%. En la actualidad las exportaciones constituyen el 33% de todo el negocio del sector en volumen y el 32,2% en valor. El grupo líder obtiene en los mercados internacionales el 34% de su facturación. En Italia posee una filial y ha ampliado sus negocios en Norteamérica y en el Magreb. De todas maneras, hay que señalar que los principales mercados de destino para las galletas españolas son otros países de la Unión Europea, hacia donde se dirige el 80% de ese comercio exterior.

Las importaciones, por su parte, cayeron un 11% en volumen, quedando en 54.320 toneladas, mientras que su valor rondó los 167,8 millones de euros (+2,5%). Los principales proveedores de galletas para el mercado español son Francia y Alemania, aunque en los últimos ejercicios han irrumpido con fuerza algunos fabricantes colombianos. Los surtidos, las especialidades y las galletas recubiertas con chocolate parecen ser las principales referencias importadas. ○

Pastelería Industrial

Las estimaciones sobre la producción de bollería industrial resultan muy complejas, ya que existen varios productos afines que son muy difíciles de diferenciar. Según la Asociación PRODULCE, el mercado de la pastelería industrial llega hasta 167.530 toneladas, lo que supone un leve descenso interanual del 0,8%. El valor de toda esa producción es de más de 815,9 millones de euros, un 3,5% más que en el ejercicio precedente. La bollería y las magdalenas acaparan el 82% de las demandas de los consumidores españoles, mientras que la pastelería y los snacks dulces representan el restante 18%. Más allá de esas valoraciones, las ventas en el libreservicio parecen haber mantenido una tendencia positiva, con incrementos en volumen del 2,6%. Por categorías, las magdalenas continúan siendo el producto más demandado, con el 26,4% en volumen y el 15,5% en valor. A continuación aparecen la bollería frita (8,2% y 15,8%), los croissants (8,2% y 5,6%), los panes de leche y los brioches (6,2% y 5,4%), los bizcochos (5,8% y 5,9%), los sobaos (5,2% y 3,8%), los croissants rellenos (4,1% y 3,8%), las rosquillas y pastas (3,4% y 3,8%), las cocas (3,2% y 3,5%), las napolitanas (3% y 2,8%), las tortas (2,4% y 2,6%), los hojaldres (2,4% y 2,5%), las ensaimadas (2,1% y 2,2%), la pastelería infantil (2% y 5,6%), las magdalenas rellenas (1,9% y 1,8%), las palmeras (1,8% y 2%), los pastelillos (1,7% y 1,9%), las medias noches (1,4% y 2%) y los panettones y tartas (1,3% y 1,8%). Todas las demás presentaciones presentan unos porcentajes conjuntos del 6% en volumen y del 6,7% en valor. Los mejores comportamientos se registraron en los croissants rellenos (12,2%) y la bollería frita (+10,5%). El precio medio de la bollería industrial se incrementó durante el último año en un 0,9% hasta quedar en algo menos de 4,4 euros/ kilo. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de bollería industrial se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos con una fuerte penetración de capitales internacionales. Las marcas de distribución tienen también una gran importancia y crean una fuerte competencia entre las principales empresas del sector, necesitadas de ajustar sus márgenes de beneficio para arañar cuotas de venta ante una demanda relativamente estabilizada. El grupo líder en este sector registra una producción de más de 106.420 toneladas, con una facturación de 232 millones de euros, aunque en esta cantidad se incluyen otras líneas de negocio. El segundo se sitúa en 67.000 toneladas y 161 millones de euros, el tercero llega a las 45.000 toneladas, el cuarto ronda las 28.500 toneladas y el quinto se queda en 22.000 toneladas. Las marcas blancas representan el 64,4% de todas las ventas en volumen del mercado de bollería y el 48,4% en valor, mientras que la primera oferta marquista presenta unos porcentajes del 8,5% y del 17,8%, la segunda llega al 6,1% y el 5,5% y las dos siguientes presentan cuotas del 3,5% en volumen. En las presentaciones más clásicas, la hegemonía de las marcas blancas es todavía más acusada. Así, en las ventas de magdalenas las marcas de distribuidor acaparan el 80,5% del total en volumen y el 72,9% en valor frente al 6,8% y el 9,1% de la primera oferta con marca de fabricante. En el único segmento donde las marcas de fabricante son las dominantes es en la pastelería infantil, donde los primeros lugares son ocupados por ofertas con marca propia. Así, la primera registra unas cuotas del 20,4% en volumen y del 26,5% en valor, mientras que la segunda se queda en el 23,2% y el 21,8%.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Panrico *	497,00
Grupo Siro *	490,00
Nutrexpa, S.L. *	391,03
Grupo Bimbo *	274,15
Dulcesa, S.L. *	95,20
Juan y Juan Industrial, S.L. *	90,00
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	50,00
Anitin Panes Especiales, S.L. *	38,50
Codan, S.A.	24,47
El Pequeño Molino, S.A *	19,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

Durante el último ejercicio se han registrado fuertes inversiones entre los principales operadores del sector para ajustar sus líneas de producción e incrementar su eficiencia. La bollería de horno aparece como la rama de negocio más dinámica, con crecimientos superiores al 60%. ○

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de bollería industrial resulta negativo para nuestro país, ya que las importaciones superan con claridad a las exportaciones. Durante el último ejercicio computado se importaron cerca de 107.000 toneladas, por un valor de 215 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 28% en volumen y del 5% en valor. Los principales proveedores de pastelería industrial para el mercado español son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Alemania, con el 47,5% del total, Francia (20,7%), Portugal (12,8%), Italia (8%) y Reino Unido (2,8%).

Las exportaciones, por su parte, constituyen un componente fundamental para mantener la actividad de muchas de las principales empresas del sector de bollería industrial. Durante el último ejercicio computado se exportaron cerca de 88.780 toneladas, por un valor ligeramente por debajo de 175,5 millones de euros. Esas cantidades suponen incrementos interanuales del 1,5% en volumen y del 7,5% en valor. Los principales mercados de destino de ese comercio exterior fueron Portugal (30,6% del total en volumen y 25,9% en valor), Reino Unido (18,8% y 20,8% respectivamente), Francia (15,1% y 14%), Alemania (9,9% y 11,2%), Italia (3,7% y 5%), Andorra (2,8% y 3,7%), Argelia (2,6% en volumen y valor), Estados Unidos (1,7% y 1,9%), Países Bajos (1,6% y 2,2%), Suecia (1,5% y 1,3%) y Bélgica (1,5% en volumen y valor). A mediados de la década pasada, las exportaciones españolas de bollería dulce apenas llegaban a las 53.900 toneladas, lo que indica el crecimiento experimentado durante este periodo. ○

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 601,7 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales y gastaron 2.721,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,1 kilos de consumo y 59,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (5,5 kilos por persona y año), seguido de las galletas (5,1 kilos per cápita) y de los cereales (1,7 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 45,9%, con un total de 27,1 euros por persona, las galletas el 30,6% con un total de 18,1 euros por persona, y los cereales, con un porcentaje del 12,2% y 7,2 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	**601,7**	**13,1**	**2.721,5**	**59,1**
BOLLERIA Y PASTELERIA	252,6	5,5	1.249,8	27,1
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	197,2	4,3	907,8	19,7
BOLLERIA Y PASTELERÍA A GRANEL	55,4	1,2	342,0	7,4
GALLETAS	236,9	5,1	834,5	18,1
GALLETAS ENVASADAS	232,6	5,0	794,3	17,2
GALLETAS SALADAS	7,6	0,2	33,8	0,7
GALLETAS DULCES	225,0	4,9	760,5	16,5
GALLETAS GRANEL	4,3	0,1	40,2	0,9
CEREALES	77,0	1,7	332,9	7,2
CON FIBRA	16,5	0,4	78,7	1,7

Diferencias en la demanda

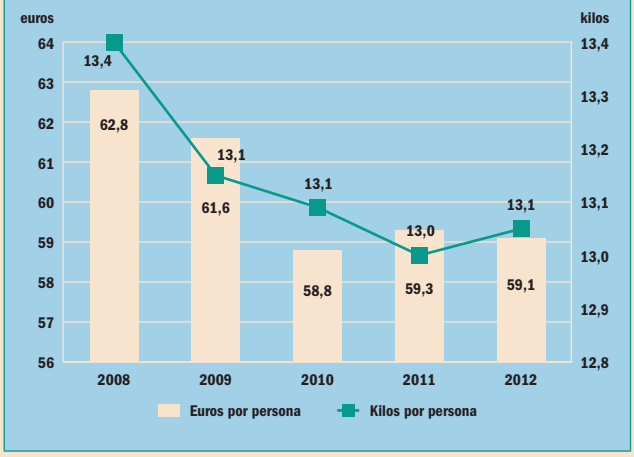
En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales, 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 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 son más reducidos en los hogares formados por cinco o más miembros.*
- *Los consumidores que residen en municipios con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos con censos de entre 2.000 y 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 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, La Rioja y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Murcia y Andalucía.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales ha descendido 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado una caída de 3,7 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2008 (62,8 kilos y 13,4 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES, 2008-2012

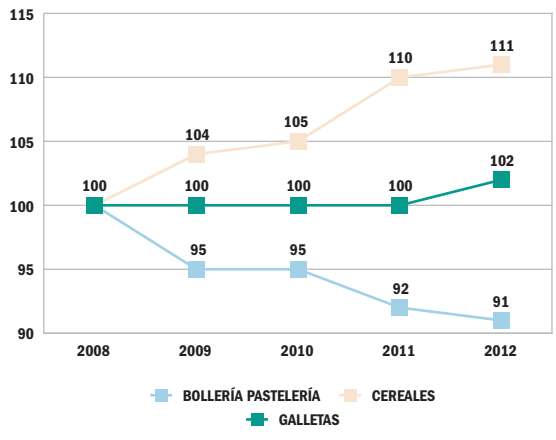




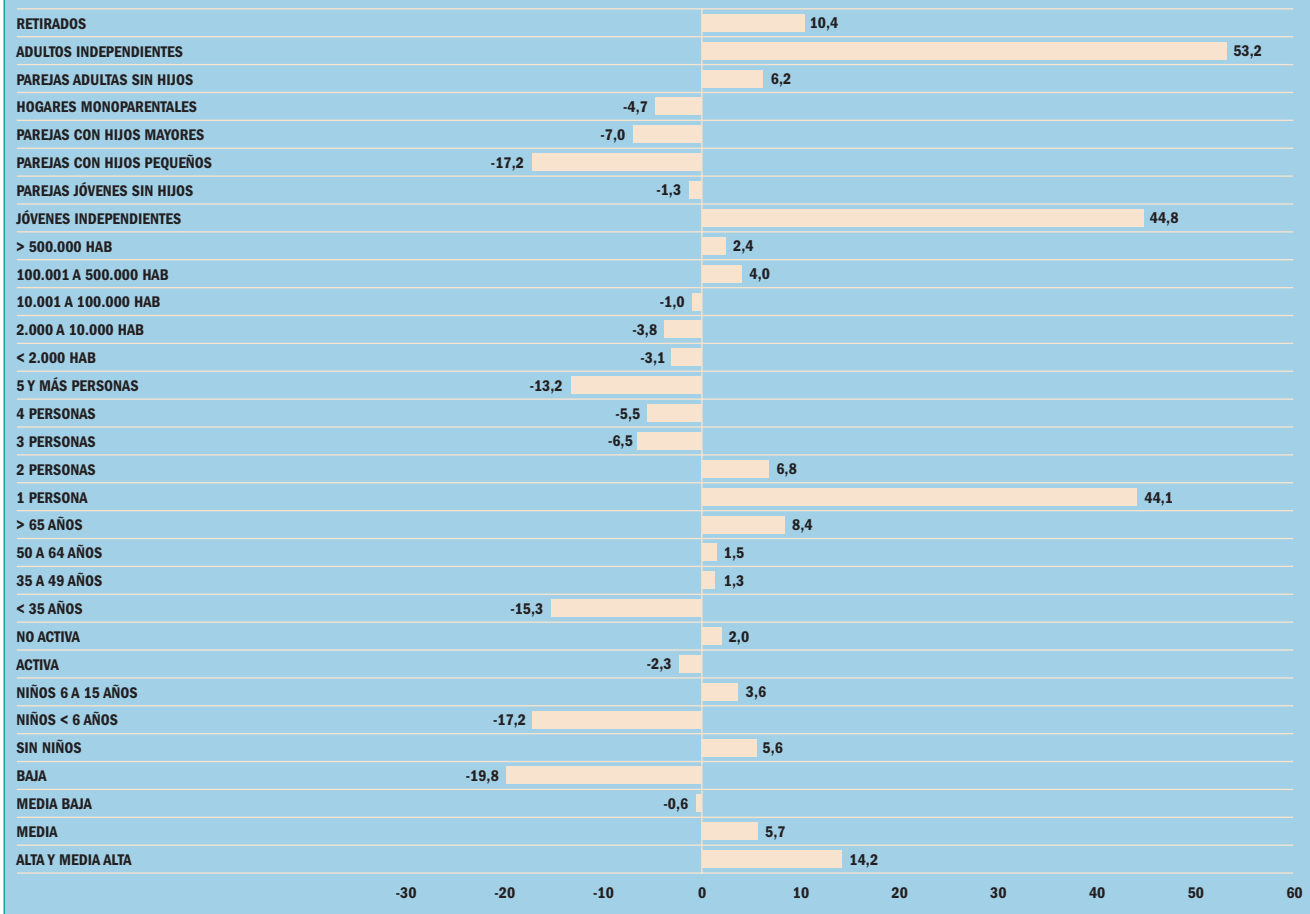


En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de cereales y galletas aumenta y, por el contrario, en bollería y pastelería se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES (2008=100), 2008-2012

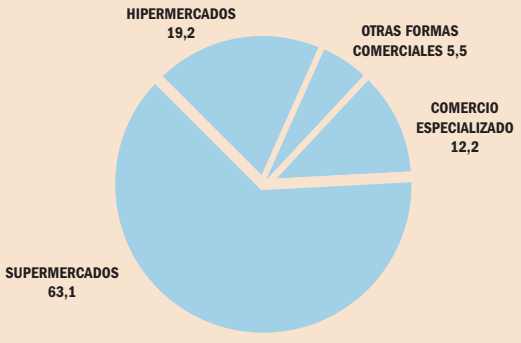


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 13,1 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (63,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,2%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 12,2%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,5% restante.

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

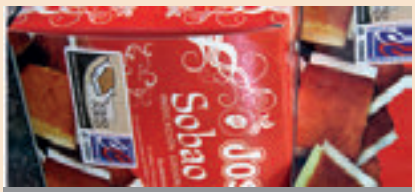
ANDALUCÍA

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



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 9 obradores que comercializan una producción de 1.129.987 kilos.

Cereales para desayuno

La producción de cereales para desayuno en nuestro país comenzó en 1978 con la llegada de la compañía líder mundial, una gran multinacional estadounidense. En los años 80 se consolidó su consumo y en la actualidad constituyen un producto claramente asentado en la dieta de los españoles. Los ritmos de crecimiento de este mercado continúan siendo bastante importantes y todavía parece que queda un significativo margen de incremento de las demandas.

El mercado total de cereales en España ronda las 75 millones de kilos, con ritmos de crecimiento interanuales en torno al 2%. El valor de toda esa oferta supera los 330 millones de euros. Hay que indicar que, a finales de los años 90, las ventas apenas llegaban a los 25 millones de kilos, lo que indica el importante crecimiento de este mercado. En la actualidad los cereales para adultos son los más demandados, acaparando el 51,2% del total. En segundo lugar se sitúan los cereales infantiles, con el 39,3%, seguidos a bastante distancia por los cereales familiares (9,5%). Son los cereales para adultos los que registran un mayor dinamismo y dentro de éstos, las presentaciones dietéticas, con alto contenido en fibra o funcionales constituyen las partidas más importantes. En el caso de los cereales infantiles, la partida más importante es la de los cereales chocolateados, aunque tienden a perder cuota de mercado de año en año. A continuación aparecen el muesli, los corn flakes, las almohadillas, los cereales con miel, los cereales azucarados, los cereales salud y el arroz inflado. El consumo de snacks a base de cereales con fibra ha crecido mucho en los últimos tiempos. En torno a un 15% de los hogares españoles consume este tipo de barritas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Siro *	490,00
Hero España, S.A.*	211,49
Kellogg España, S.L. *	155,00
Cereal Partners España, A.E.I.E.	57,66
Weetabix Ibérica, S.L.	3,87
Esgir, S.L. *	1,40

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de cereales para desayuno en España se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de compañías multinacionales. De hecho, el sector es controlado de una manera absoluta por dos grandes fabricantes y por las marcas de distribución. Las marcas blancas acaparan el 55% de todas las ventas en volumen y algo menos del 40% en valor, mientras que la primera oferta con marca propia presenta unos porcentajes del 31% y 41% respectivamente y la segunda se queda en el 12% y el 17% respectivamente. Estas cifras apenas dejan unas cuotas del 2% en volumen y valor para el resto de los operadores del sector. En el caso de las barritas de muesli, las marcas blancas tienen una primacía absoluta, ya que acaparan el 84% de ese mercado en volumen, mientras que la primera oferta con marca propia llega hasta el 15%. Dentro de las barritas dietéticas las marcas blancas suponen el 45% de ese mercado y la primera oferta marquista llega hasta el 33%. Mayor diversidad hay en el segmento de las barritas de cereales, aunque también las marcas de distribución y los grandes grupos internacionales tienden a repartirse la mayor parte de las ventas.

COMERCIO EXTERIOR

No existen cifras contrastadas sobre el comercio exterior de cereales para desayuno, ya que al tratarse de un mercado dominado por grandes grupos multinacionales, muchos de los movimientos entre plantas de una misma compañía no aparecen reflejados en las estadísticas de exportaciones e importaciones. Lo normal es que estos grandes grupos establezcan plantas de producción para abastecer a buena parte de los mercados europeos. El líder sectorial, por ejemplo, mantiene una planta en Cataluña desde la que abastece a 19 países de la Unión Europea. A pesar de esa ausencia de datos fiables, todas las estimaciones disponibles indican que las exportaciones tienden a ser más importantes que las importaciones. Así se supone que se exportan unas 40.000 toneladas por año, por un valor superior a los 55 millones de euros. Los principales mercados de destino son Reino Unido, Francia y Alemania. Las importaciones, por su parte, parecen ser mucho menos significativas, ya que la capacidad de las plantas radicadas en España es muy superior a las demandas del mercado interno.

CONSUMO

A pesar del constante incremento de los consumos de cereales para desayuno en nuestro país, la media europea es claramente superior a la registrada en España. Así, la media europea llega a los 2,7 kilos por persona y año, mientras que en nuestro país se sitúa en torno a los 2,2 kilos per cápita. En Irlanda, Suecia y Finlandia, el consumo llega hasta los 7 kilos por persona y año, mientras que en Estados Unidos ese promedio ronda los 4,5 kilos. Por lo que hace referencia a las barritas de cereal, se considera que el 15% de los hogares españoles los consumen de forma habitual y que su media llega hasta los 1,1 kilos por persona y año. Los mayores consumos de cereales para desayuno en España se concentran en el área metropolitana madrileña y en las comunidades del sur peninsular. Son las familias con niños entre 6 y 15 años y padres entre 35 y 49 años las que presentan mayores niveles de consumo. El 36% de los cereales se comercializan en grandes superficies, mientras que un 28% se vende en supermercados de tamaño medio.

Pastas alimenticias

El valor total del mercado de pastas alimenticias en España llega hasta los 263,3 millones de euros. Las pastas secas son las que muestran un mayor dinamismo, con cuotas de crecimiento del 5,3% en valor y del 1,4% en volumen, mientras que las pastas frescas han perdido volumen de ventas, aunque los precios no han registrado apenas modificaciones. Dentro de las pastas secas, las presentaciones clásicas acaparan el 75,6% de todas las ventas en volumen y el 60,6% en valor. A mucha distancia aparecen las pastas para ensaladas (11,8% y 13,3% respectivamente), las pastas de huevo (5% y 7,9%), las pastas laminadas (1,4% y 5,9%), las pastas rellenas (1,3% y 3,4%), las pastas con fibra (1% y 1,5%), los cous cous (1% y 1,6%), las pastas de verdura (0,9% y 1,5%) y las pastas gourmet (0,9% y 2,1%). Menos importancia tienen las pastas sin gluten, los lotes mixtos, la pasta infantil y las pastas de guarnición. Los mejores comportamientos se registran en las partidas de pastas sin gluten y, en menor medida, en las de las pastas para ensaladas, vegetales e integrales. Los macarrones y las figuras son las más demandadas por los consumidores españoles seguidos por los espaguetis y tallarines y la pastas para sopa.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Comercial Gallo, S.A. *	201,33
Pastas Alimenticias Romero, S.A.	31,00
Oromás, S.A.	27,00
Rana Hispania, S.A. *	19,50
Andrés Megías Mendoza, S.A. *	6,00
Barilla España, S.L.	4,25
Industrias Racionero, S.A. *	3,80
Pasta Garofalo España, S.L.U.	2,89
Herba Nutrición, S.L. (División Pastas Alimenticias)	2,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las pastas alimenticias se encuentra dominado por unas pocas y grandes empresas, entre las que aparecen algunas compañías multinacionales junto a grupos especialistas de capital básicamente español que tienen una gran tradición en este mercado. Las marcas de distribución acaparan grandes cuotas de ventas, en torno a dos tercios del mercado en volumen y más de la mitad en valor. La primera oferta con marca propia presenta unos porcentajes del 25,7% en volumen y del 32,4% en valor, mientras que la segunda se queda en el 2,1% y el 3,5% respectivamente y la tercera ronda el 1% y el 0,9%. Otros dos grupos presentan cuotas del 0,7% y 0,5% en volumen mientras que en valor sus porcentajes se incrementan hasta el 3,3% y el 1,1% respectivamente. En el caso de la pasta seca clásica las marcas blancas controlan el 68,5% de todas las ventas en volumen y el 56,3% en valor. Esas cuotas aumentan en la pasta para ensaladas hasta el 75,6% en volumen y el 68,8% en valor.

Atendiendo a sus volúmenes de producción, el primer grupo del sector llega hasta las 184.710 toneladas, el segundo supera las 68.000 toneladas, el tercero ronda las 43.000 toneladas y el cuarto alcanza las 26.000 toneladas. Después de éstos se registra una importancia diferencia, ya que el siguiente fabricante se queda en 6.250 toneladas.





Pasta fresca

El mercado de pastas frescas en nuestro país alcanzó durante 2012 las 9.400 toneladas, por un valor superior a los 59,9 millones de euros. Estas cifras suponen importantes descensos interanuales del 4,7% en volumen y del 4,5% en valor. Parece que su mayor precio ha hecho que las demandas se contraigan en un contexto de crisis y que los consumidores opten por las presentaciones más clásicas y baratas. Las pastas frescas rellenas constituyen la principal partida, con porcentajes del 67,6% en volumen y del 78,5% en valor. A mucha distancia aparecen las pastas lisas, con cuotas respectivas del 21,5% y del 15,6%, los gnocchi (10,1% y 5,1%) y los lotes mixtos (8,6% y 0,7%). Entre las pastas rellenas, las más vendidas son las de queso, con el 27% del total en volumen y el 25% en valor, seguidas por las de carne (17,5% y 14,5%). Entre las pastas frescas lisas, los tallarines son los más demandados (53% del total en volumen y 58% en valor). Los gnocchi lisos acaparan el 86,5% de todas las ventas en volumen y el 78,6% en valor. Las marcas de distribución controlan el 56,8% de todas las ventas en volumen y el 43,1% en valor. Por su parte, la primera oferta con marca de fabricante presenta unas cuotas del 16,3% y del 22,7% respectivamente, mientras que la segunda se queda en 13,6% y el 20,2% y la tercera ronda el 13% y el 13,5%. Esto hace que el resto de fabricantes apenas se repartan unos porcentajes mínimos del 0,3% en volumen y del 0,5% en valor.

COMERCIO EXTERIOR

De manera tradicional el mercado exterior de pastas alimenticias tendía a ser negativo para España, aunque en los últimos años se está llegando a una situación de equilibrio, ya que las exportaciones parecen estar creciendo a un mayor ritmo que las importaciones. Así, estas suponen unos 610 millones de euros anuales, mientras que las ventas fuera de nuestras fronteras rondan los 560 millones de euros. Las importaciones de pastas alimenticias tienden a concentrarse en las presentaciones de mayor valor añadido, como son las pastas rellenas, las pastas frescas y las pastas ecológicas, mientras que las pastas secas tradicionales constituyen la partida más importante dentro de las exportaciones.



Italia aparece como la principal proveedora de pastas alimenticias para el mercado español, con una cuota que ronda el 60% del total. Por su parte, los principales destinos de las exportaciones españolas son otros países de la Unión Europea, entre los que sobresalen Portugal, Francia y Alemania. En los últimos tiempos han crecido mucho las exportaciones hacia Rusia y Ucrania y algunos de los principales fabricantes españoles han establecido plantas de producción en algunos países de la cuenca mediterránea y de Europa del Este, con el propósito de abastecer esos mercados. La competencia en el mercado internacional de pastas alimenticias se ha incrementado de manera notable, con la irrupción de nuevos productores, como Argentina, Turquía o Argelia. ○

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 177,3 millones de kilos de pastas y gastaron 308,2 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,8 kilos de consumo y 6,7 euros de gasto.



CONSUMO Y GASTO EN PASTAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PASTAS	**177,3**	**3,8**	**308,2**	**6,7**
PASTAS ALIMENTICIAS	174,2	3,8	289,3	6,3
PASTA SECA	165,4	3,6	236,1	5,1
PASTA FRESCA	8,8	0,2	53,2	1,2
PASTAS GRANEL	1,2	0,0	2,5	0,1
PASTAS ENVASADAS	173,0	3,8	286,7	6,2
PASTAS PARA RELLENAR	3,1	0,1	19,0	0,4

Diferencias en la demanda

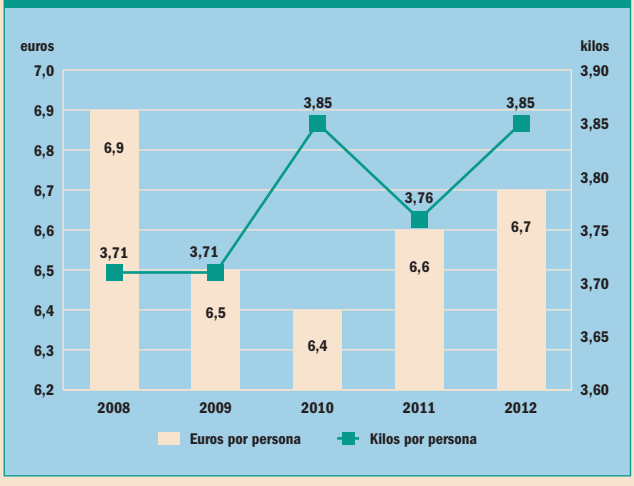
En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de pastas, 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 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 menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por 5 o más miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de pastas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 10.000 y 100.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, hogares monoparentales, retirados, parejas jóvenes sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que las parejas con hijos pequeños y las parejas adultas sin hijos presentan los consumos más bajos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y la Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Navarra y La Rioja.*

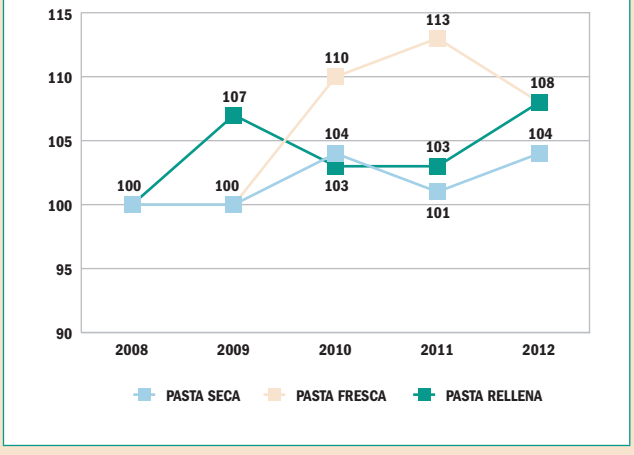
Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de pastas ha aumentado 0,14 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 20 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en los años 2010 y 2012 (3,85 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (6,9 euros por consumidor). En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido el mismo para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2008, el consumo de pasta fresca, rellena y seca ha aumentado.

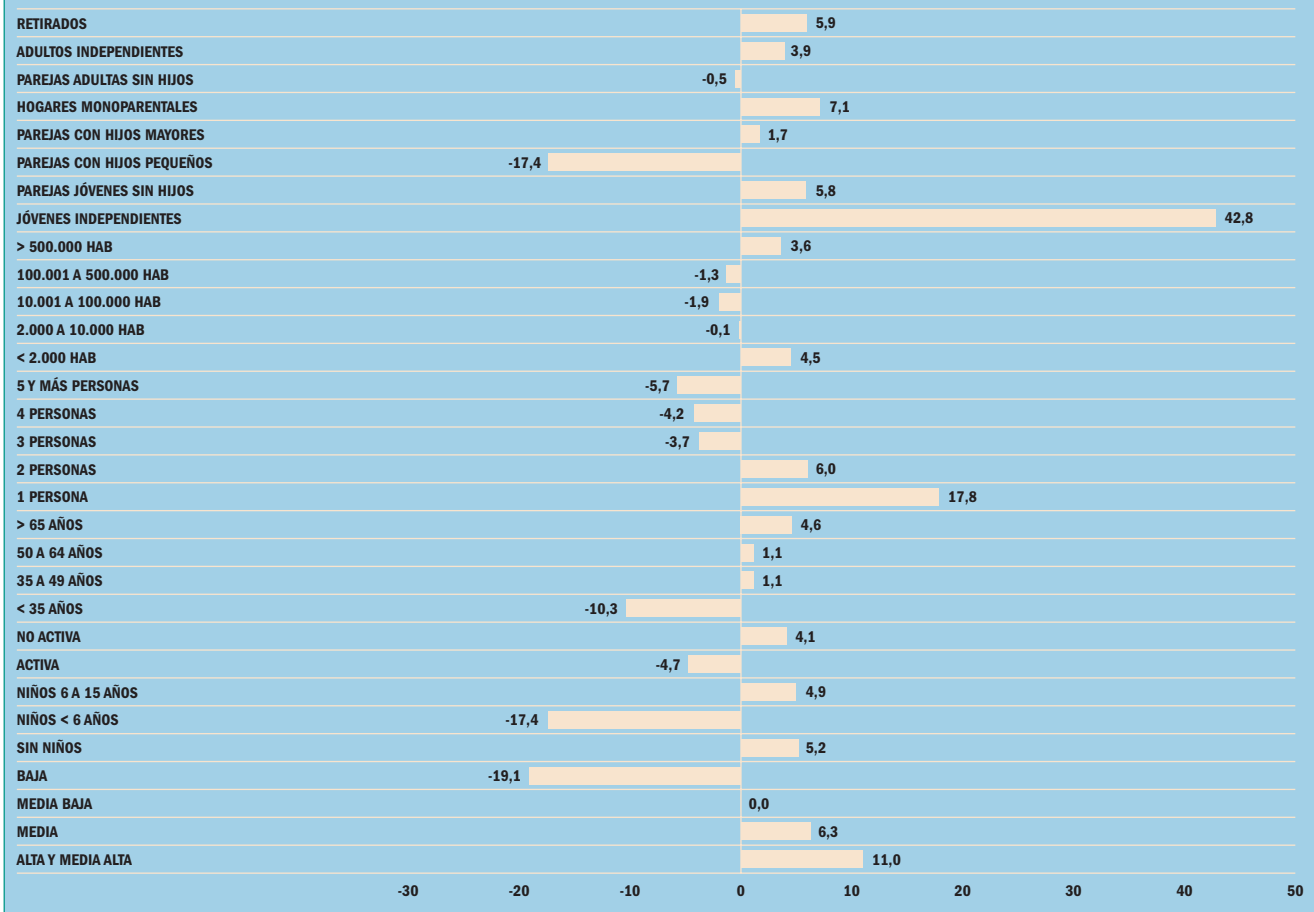
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PASTAS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PASTAS (2008=100), 2008-2012

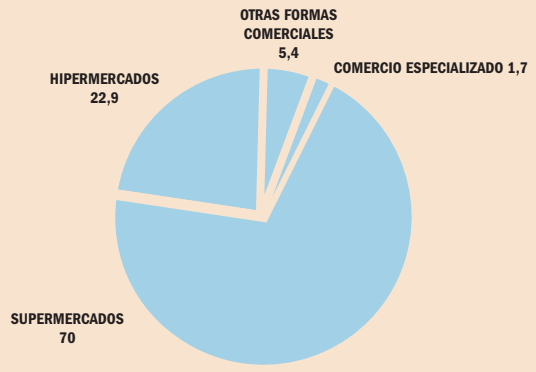


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PASTAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 3,8 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (70% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 22,9% y los establecimientos especializados llegan al 1,7%. Las otras formas comerciales concentran el 5,4% restante. ○

Arroz

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas arroceras en España se encuentra inmerso en un fuerte proceso de reestructuración. En el último ejercicio se ha registrado la venta de cinco marcas del líder sectorial a otros grupos. Se trata de movimientos para estabilizar la situación del primer operador, un macrogrupo que adquirió en 2011 a la tercera empresa del sector, reforzando así unos niveles de concentración muy elevados. Con esa adquisición, dicha empresa multinacional controlaba las cuatro principales marcas de arroz, con una cuota del 40% del total en valor. Por ese motivo, las autoridades le han obligado a desprenderse de algunas de las marcas que tenía en su cartera para equilibrar en parte la situación. Otro rasgo característico de este mercado es la preponderancia de las marcas de distribución, que suponen ya el 67,6% de todas las ventas en volumen y el 50,6% en valor. Hay que indicar que la segunda empresa del sector dedica el 82% de toda su producción a las marcas blancas, mientras que ese porcentaje se incrementa en el caso del cuarto operador hasta el 95%.

La principal empresa envasadora y comercializadora de arroz en nuestro país registra una producción de 315.000 toneladas, mientras que la segunda llega hasta las 134.000 toneladas, la tercera se queda en 54.000 toneladas, la cuarta ronda las 51.000 toneladas y la quinta se sitúa en las 46.000 toneladas.

La situación de crisis ha hecho que las presentaciones con mayor valor añadido, hacia las que habían apostado los principales operadores del sector, pierdan importancia, mientras las ventas se concentran en los productos más básicos. Tan sólo el líder sectorial ha continuado efectuando nuevos lanzamientos. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ebro Foods, S.A. - División Arroz	920,76
Maicerías Españolas, S.A. *	279,89
Coop. Arrozúa	45,00
Mars España Inc. y Cia. Food, SRC *	43,00
Alimentos Naturales, S.A. *	40,00
Arrocerías Pons, S.A.	38,20
Coop. Arrossaires del Delta del L'Ebre	35,80
Legumbres Luengo, S.A. *	32,01
Coop. Càmara Arrossera del Montsià i Secció de Crèdit	28,98
Arroces y Cereales, S.A. (Arcesa)	28,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de arroz es tradicionalmente favorable para nuestro país y durante 2012 se han mantenido esa tendencia. Así, las exportaciones superaron ligeramente las 243.300 toneladas, en una cifra prácticamente similar a la del ejercicio precedente, mientras que las importaciones se situaron en unas 103.500 toneladas, lo que supuso un descenso interanual del 24,3%. Los principales mercados de destino del arroz español exportado son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Bélgica, Reino Unido, Francia y Países Bajos. En los últimos tiempos, muchas empresas del sector están intentando abrir nuevos mercados para diversificar sus líneas de negocio. Así, se han conseguido extenderse a la cuenca mediterránea y, también, a algunos países de Asia. Hay que recordar que la principal empresa arrocera del mercado español aparece como el primer comercializador de arroz a nivel mundial.



Por lo que hace referencia a las importaciones, estas provienen mayoritariamente de Brasil, Argentina y Tailandia. Hay que tener en cuenta que la reducción de las demandas de las variedades exóticas de mayor valor es la principal causa que explica la caída de las importaciones durante el último ejercicio. ○

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 184,6 millones de kilos de arroz y gastaron 261 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4 kilos de consumo y 5,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (2 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,9 kilos per cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 36,8% del gasto, con un total de 2,1 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados de arroz, con un porcentaje del 19,3% y un total de 1,1 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ARROZ	**184,6**	**4,0**	**261,0**	**5,7**
LARGO	40,0	0,9	32,8	0,7
NORMAL	93,9	2,0	97,5	2,1
VAPORIZADO	16,0	0,3	21,5	0,5
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	1,2	0,0	8,8	0,2
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	17,3	0,4	50,8	1,1
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	1,8	0,1	14,6	0,3
OTROS TIPOS ARROZ	14,4	0,3	35,0	0,8

Diferencias en la demanda

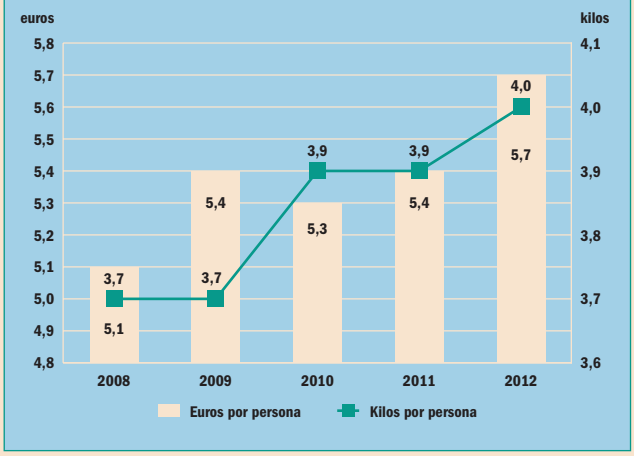
En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de arroz, 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 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 grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de arroz, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 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, jóvenes independientes, parejas con hijos mayores y hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Comunidad Valenciana y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Navarra y La Rioja.*

Evolución de la demanda

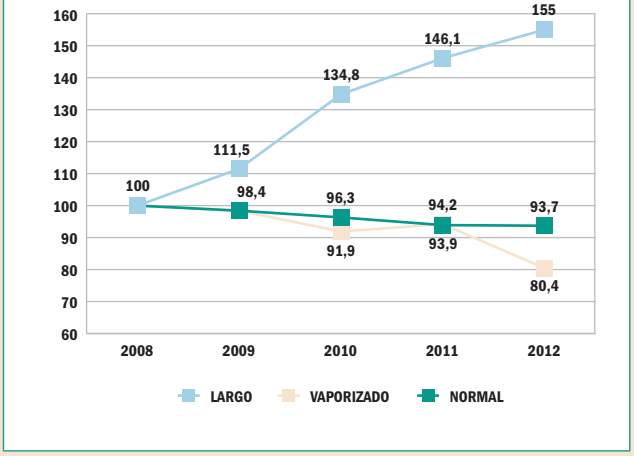
Durante los últimos cinco años, el consumo y gasto de arroz ha aumentado 300 gramos y 60 céntimos de euro por persona, respectivamente. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2012 (4 kilos y 5,7 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ARROZ, 2008-2012



En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de arroz largo aumenta y, por el contrario, en arroz normal y vaporizado se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ARROZ (2008=100), 2008-2012

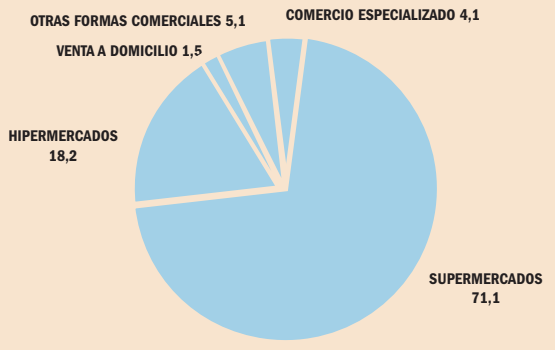


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ARROZ EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 4,0 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron para realizar sus adquisiciones de arroz mayoritariamente a los supermercados (71,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 18,2%, los establecimientos especializados llegan al 4,1%, y la venta a domicilio se sitúa en el 1,5%. Las otras formas comerciales concentran un 5,1% de la cuota de venta global.

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*



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 y Montsianell. 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 11.600 hectáreas. Actualmente existen 2 empresas comercializadoras que producen más de 22 millones de kilos de arroz blanco protegido.

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 con DOP se cultiva principalmente en el Parque Natural de La Albufera, completando su producción en los humedales de Pego y Oliva. Este cultivo en áreas protegidas ofrece un producto único y natural, con garantía de calidad.

CARACTERÍSTICAS: El arroz amparado bajo este sello de calidad ofrece la garantía de que procede de un cultivo respetuoso con el medio ambiente y a partir de una semilla certificada. Las variedades de Arroz de Valencia con DOP, Senia, Bahía y Bomba, son las que mejor adaptadas están a la zona de cultivo. Al ser las más tradicionales, ofrecen los mejores atributos para el desarrollo de la gastronomía autóctona. Gracias a su excelente capacidad de absorción, se convierten en perfectos conductores del sabor garantizando el éxito de la cocina valenciana. Los restauradores de más prestigio en la zona utilizan auténtico Arroz de Valencia, siendo fieles a una tradición que se inició con el cultivo del cereal hace ya más de 1.200 años.

DATOS BÁSICOS: La zona de cultivo alcanza cerca de 12.000 hectáreas. Un total de 13 industrias elaboran Arroz de Valencia con DOP, llegando a comercializar más de 4,5 millones de kilos al año.



Legumbres

Casi 19.000 especies forman la familia de las leguminosas, un cultivo que se destina tanto a la alimentación humana como a la animal debido a que son ricas en proteínas (a igualdad de pesos, aportan más proteína que la carne o el pescado) y contienen prácticamente todos los aminoácidos esenciales.

Algunas leguminosas se consumen en verde aprovechándose no solo el grano tierno, sino la parte tierna de la vaina (habas, bisaltos, judías verdes); 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.

En la alimentación humana se emplean como legumbres los garbanzos, las lentejas, las judías (alubias), los guisantes y las habas, así como algunas legumbres locales, que son cultivos propios de cada país.

GARBANZOS, LENTEJAS Y JUDÍAS

A nivel mundial, la especie más cultivada es la denominada *Phaseolus vulgaris,* conocida comúnmente como judía, cuyas variedades reciben múltiples nombres dependiendo de las formas, características y colores que presentan, o de su origen.

En España se pueden encontrar variedades como la blanca de riñón, la blanca redonda, la plancheta, troncón, ganchet, pinet, pinta, canela, canellini, negrita, morada, del Barco, de La Bañeza, 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).*

Sin embargo, no son las judías sino los garbanzos las legumbres más consumidas en España. 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 (Salamanca), la pardina y la verdina.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES PARA CONSUMO HUMANO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
ALUBIAS	12,5	12,1	12,2	9,9
LENTEJAS	12,2	22,5	18,3	23,9
GARBANZOS	20,9	30	30,7	21,9
GUISANTES SECOS	154,7	252,7	240,3	136,8

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	3.543	4.585	4.411	5.753
UE	29	40	69	90,5
ESPAÑA	**12,6**	**22,5**	**18,3**	**23,9**

**Estimación: FUENTES: MAGRAMA, FAO, EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
CASTILLA-LA MANCHA	10,4	18,8
CASTILLA Y LEÓN	7,1	4,6
OTRAS CC AA	0,8	0,5
TOTAL ESPAÑA	**18,3**	**23,9**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*

PRODUCCIÓN DE LEGUMBRES EN ESPAÑA

La superficie sembrada de garbanzos en 2012 fue de 34.600 hectáreas y la de lentejas de 38.500. Entre ambas totalizan 73.100 hectáreas, con un aumento de unas 2.000 respecto al año anterior. También se sembraron 6.600 hectáreas de judías, una superficie inferior a 2011.

Por su lado, la cosecha de lentejas se situó en 23.900 toneladas, un 31% más que en la campaña anterior, la de garbanzos en 21.900 toneladas (un 29% menos) y la de judías en 9.900 (20% menos).

Sin embargo, a pesar de estos incrementos, la producción nacional de estas tres especies resulta insuficiente para atender la demanda interior, por lo que hay que recurrir a las importaciones. En 2012 aumentaron las compras de alubias, lentejas y garbanzos, que se situaron respectivamente en 51.600, 74.600 y 55.700 toneladas.

Respecto a Europa, el cultivo de leguminosas para consumo humano tiene una gran tradición debido a las rotaciones con

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	18.400	23.230	23.567	23.250
UE	127	138	145	113
ESPAÑA	**12,8**	**12,1**	**12,2**	**9,9**

**Estimación: FUENTES: MAGRAMA, FAO, EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	0,1	0,1
ASTURIAS	1	0,7
CASTILLA-LA MANCHA	0,3	0,1
CASTILLA Y LEÓN	6,2	4,1
COMUNIDAD VALENCIANA	0,1	0,1
GALICIA	2,6	3,2
PAÍS VASCO	0,8	0,4
OTRAS CC AA	1,1	1,1
TOTAL ESPAÑA	**12,2**	**9,9**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA.*



IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
ALUBIAS	11,3	53	45	51,6
LENTEJAS	47,6	47	63	74,6
GARBANZOS	46	46	39	55,7
GUISANTES SECOS	87	115	132	207

**Estimación. FUENTE: Departamento de Aduanas.*

los cereales. Las producciones en 2012 fueron menores que las de 2011.

PRODUCCIÓN DE PROTEAGINOSAS

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 2012 se sembraron en España 99.900 y 74.900 hectáreas respectivamente de vezas y de yeros, cifras muy similares a las del año precedente. La producción de vezas alcanzó las 67.000 toneladas y la de yeros las 69.300, cifra muy superior a la del año precedente.

Otros cultivos leguminosos son las proteaginosas (guisantes, habas, haboncillos y altramuces). En 2012 la superficie cultivada se redujo de 269.600 hectáreas a menos de 200.000, como consecuencia de la reducción experimentada en las siembras de guisantes secos, que es el cultivo que más superficie emplea. Más de la mitad de esta superficie se cultivó en Castilla y León, 20% en Castilla-La Mancha, 15% en Andalucía, 7% en Extremadura y 5% en Aragón, entre las principales comunidades autónomas.

En la campaña 2012 la producción española de proteaginosas también descendió considerablemente y se situó en torno a 180.000 toneladas. De la producción total, 136.800 toneladas fueron guisantes secos, que es una producción que alterna subidas y bajadas espectaculares campaña tras campaña.

Como consecuencia del descenso de a producción se importaron en 2012 un total de 207.000 toneladas de guisantes secos, alrededor de 70.000 más que un año antes.

Todas estas leguminosas se rehidratan y recuperan su tersura. El consumo de proteaginosas en España durante 2011 se estima en 360.000 toneladas, superior a la del año anterior (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 Andalucía y en Extremadura, el altramuz se utiliza como aperitivo, eliminando la lupotoxina, una sustancia que le da su amargor característico.

En cuanto a las leguminosas "pienso" (habas, haboncillos, vezas, yeros, guisantes, almortas y altramuces), aunque su uso principal es la alimentación animal, también se utilizan a veces para la alimentación humana. Así, por ejemplo,

las almortas o los altramuces son dos leguminosas muy consumidas por el hombre. Por el contrario, las legumbres de inferior calidad (como ocurre con los garbanzos muy duros) pasan a la alimentación animal.

El saldo en este sector en cuanto comercio exterior es claramente deficitario desde hace muchos años y por eso hay que abastecer el mercado con importaciones.

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	8.779	10.918	11.624	8.250
UE	43,9	43,2	55	39
ESPAÑA	**21,6**	**30**	**30,7**	**21,9**

**Estimación: FUENTES: MAGRAMA, FAO, EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	14,8	7,6
CASTILLA-LA MANCHA	4,6	4,4
CASTILLA Y LEÓN	6,4	7
EXTREMADURA	3,6	1,8
OTRAS CC AA	1,3	1,1
TOTAL ESPAÑA	**30,7**	**21,9**

**Estimaciones. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	9.828	10.209	9.558	5.434
UE	1.166	2.022	1.441	820
ESPAÑA	**161**	**252,7**	**240,7**	**136,8**

**Estimación: FUENTES: MAGRAMA, FAO, EUROSTAT.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GUISANTES SECOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	9,1	3,9
ARAGÓN	40,8	26
CASTILLA-LA MANCHA	62,5	48,6
CASTILLA Y LEÓN	83,4	42,8
EXTREMADURA	28,7	5,9
OTRAS CC AA	16,2	9,6
TOTAL ESPAÑA	**240,7**	**136,8**

**Estimaciones. FUENTE: MAGRAMA.*

Legumbres

El mercado español de legumbres secas y cocidas parece haber experimentado un significativo incremento durante el último ejercicio. La producción interna de alubias, lentejas y garbanzos se situó en 61.000 toneladas, con un descenso interanual del 6,1%. De todas maneras, ese dato es claramente superior a la mayoría de los ejercicios de la década pasada, donde la producción se encontró normalmente por debajo de las 50.000 toneladas.

Las ventas en la distribución organizada de legumbres secas llegaron hasta las 64.880 toneladas por un valor de más de 104,7 millones de euros, lo que supuso unos incrementos interanuales del 2,5% en volumen y del 6,5% en valor. Por su parte, las legumbres cocidas alcanzaron las 69.070 toneladas, un 2,2% más que en el ejercicio precedente, y los 75,1 millones de euros (+6,5%). Dentro de las legumbres secas, las lentejas acaparan el 41,6% de todas las ventas, seguidas por los garbanzos (32,3%) y las alubias (25,5%). En todos los casos se han registrado crecimientos importantes, del 41,6% en el primer caso; del 32,3%, en el segundo; y del 25,5%, en el tercero. Las restantes legumbres apenas suponen el 0,7% restante y han registrado unas caídas en sus ventas del 5,1%. Por lo que hace referencia a las legumbres cocidas, las más importantes son los garbanzos (43,8% y un incremento interanual del 43,8), seguidas por las alubias (42,7% y un crecimiento del 12,5%) y las lentejas (13,5% y un aumento del 7,7%).



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las marcas blancas acaparan el 71,7% de todas las ventas de lentejas secas, el 70% de las de garbanzos y el 75,9% de las de alubias. En el caso de las legumbres cocidas esos porcentajes son del 75,9% en las alubias y del 78,1% en los garbanzos. Las ofertas marquistas tienen una importancia mucho menor, ya que las primeras enseñas apenas suponen el 14,4% de todas las ventas de lentejas secas, el 13,7% de las de garbanzos secos y el 10,3% de las de alubias secas. Esa misma tónica se mantiene en las legumbres cocidas, con cuotas de apenas el 8% en alubias y del 8,4% en garbanzos.

El principal grupo comercializador de legumbres secas y cocidas registra unas ventas de 52,5 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 15,5%, mientras que el segundo llega hasta los 50 millones de euros (+25%) y el tercero se queda en 39,5 millones de euros (+17,6%). La primera empresa envasadora y comercializadora de legumbres secas alcanza las 35.860 toneladas, de las que el 96,7% se comercializa envasado, mientras que el segundo se queda en 34.500 toneladas (95,6% envasado). Por su parte, el grupo más importante fabricante y comercializador de legumbres cocidas ronda las 30.700 toneladas y el segundo se acerca a las 20.500 toneladas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas Terramar, S.A. - Grupo *	66,00
Selección de Productos Leoneses, S.A. *	47,40
Alimentos Naturales, S.A. *	40,00
Legumbres Luengo, S.A. *	32,01
Ferrer Segarra, S.A. *	19,15
Taboada Grupo Alimentario, S.L. *	16,00
Lozano, S.A. *	15,00
Domingo Grau, S.A.*	10,40
Conservas Hijos Manuel Sánchez Basarte, S.A. *	10,00
Productos Agrícolas Cano, S.A.	9,40

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

La producción interna resulta claramente insuficiente para abastecer las demandas del mercado, por lo que las importaciones constituyen un elemento clave para el mantenimiento del sector. Las cifras globales del comercio exterior de legumbres registran unas importaciones de algo más de 152.000 toneladas frente a unas exportaciones de apenas 9.000 toneladas. Las primeras se redujeron en un 13,6%, mientras que las segundas presentaron un resultado similar al del año anterior.

Durante el último ejercicio se importaron algo menos de 62.970 toneladas de lentejas, por un valor de 46,9 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 4,1% en volumen y del 12,6% en valor. Canadá, con 33.740 toneladas, y Estados Unidos (24.410 toneladas) aparecen como los principales proveedores de lentejas para el mercado español. En segundo lugar aparecen las importaciones de alubias, con 49.970 toneladas (-18,6%), cuyo valor llegó hasta los 46,7 millones de euros (-2,8%). En este comercio exterior, Argentina (30.230 toneladas) y China (8.730 toneladas) ocupan los primeros lugares. Por



último, las importaciones de garbanzos llegaron hasta las 39.150 toneladas, lo que supuso un descenso del 27,5% con respecto a los datos del año precedente. Su valor se situó en 40,5 millones de euros, lo que supuso un descenso del 6,1%. Los principales proveedores de garbanzos para el mercado español son México, con 14.230 toneladas, y Estados Unidos, con 10.410 toneladas.

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 147 millones de kilos de legumbres y gastaron 233,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,2 kilos de consumo y 5,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,2 kilos por persona y año), mientras que las alubias y las lentejas alcanzan 1 kilo por persona en cada caso. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 35,3%, con un total de 1,8 euros por persona; las alubias el 33,3%, con un total de 1,7 euros; y las lentejas, el 29,4% y un total de 1,5 euros.



CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL LEGUMBRES	**147,0**	**3,2**	**233,2**	**5,1**
LEGUMBRES SECAS	80,2	1,7	150,1	3,3
LEGUMBRES COCIDAS	66,8	1,5	83,1	1,8
GARBANZOS	55,7	1,2	83,8	1,8
ALUBIAS	44,8	1,0	77,8	1,7
LENTEJAS	45,0	1,0	67,7	1,5
LENTEJAS SECAS	35,5	0,8	54,1	1,2
LENTEJAS COCIDAS	9,5	0,2	13,6	0,3
OTRAS LEGUMBRES	1,5	0,0	3,9	0,1

Diferencias en la demanda

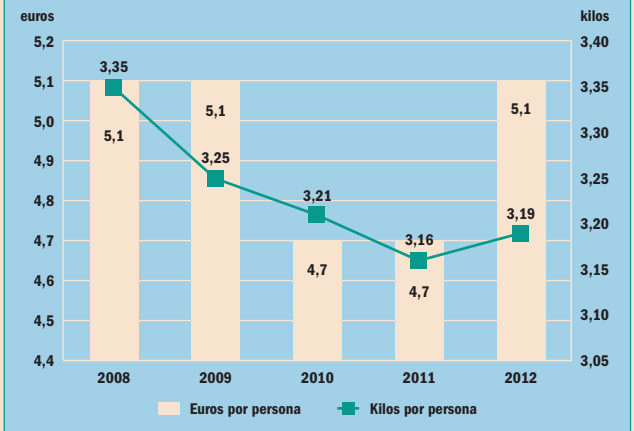
En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de legumbres, 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 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 en los hogares formados por cinco o más miembros.*
- *Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 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, parejas con hijos mayores y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, y entre los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Asturias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Madrid, Andalucía y, sobre todo, Galicia.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de legumbres ha caído 160 gramos por persona y el gasto se ha mantenido estable. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2008 (3,35 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2008, 2009 y 2012 (5,1 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LEGUMBRES, 2008-2012

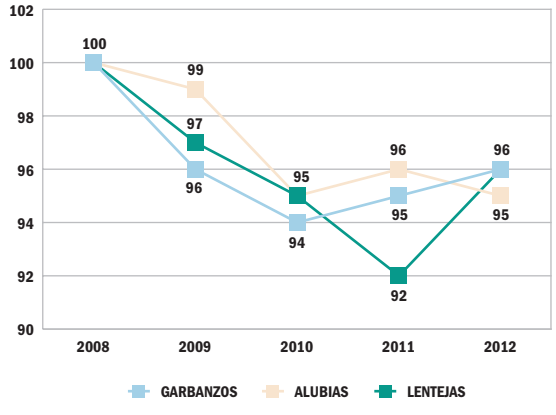




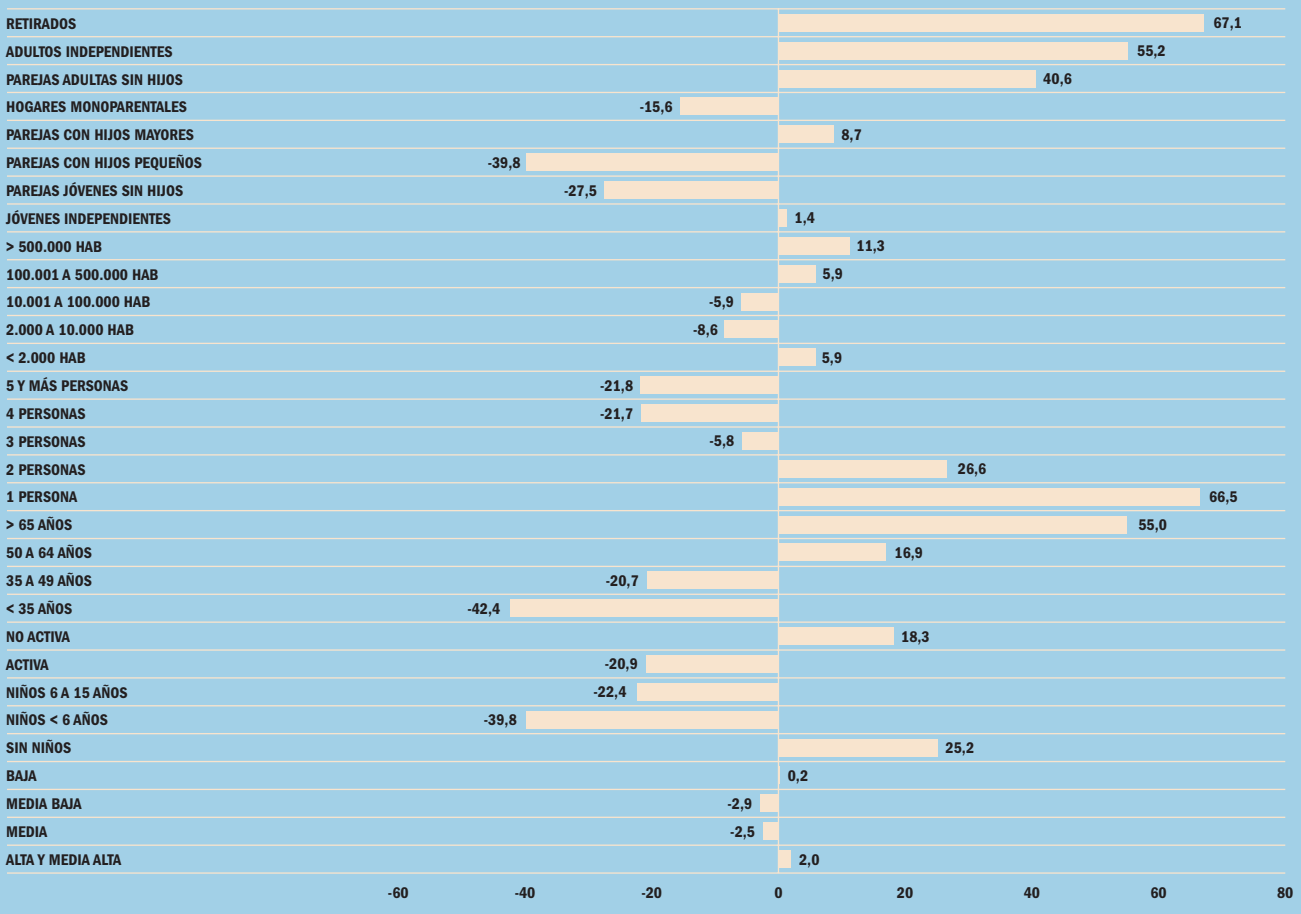


En la familia de legumbres, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido similar en cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de garbanzos, lentejas y alubias ha descendido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LEGUMBRES (2008=100), 2008-2012

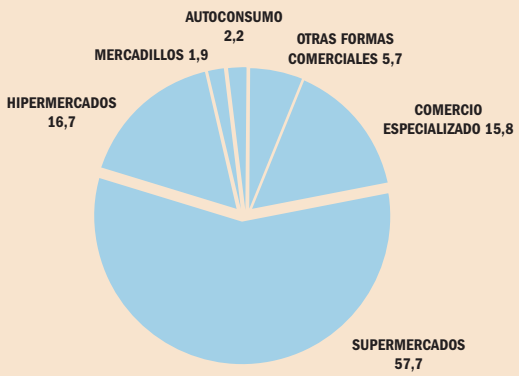


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LEGUMBRES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 3,2 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (57,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,7% y los establecimientos especializados llegan al 15,8%. El autoconsumo supone el 2,2% y los mercadillos el 1,9%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 5,7% 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 (JUDÍA 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)
- GERNIKAKO INDABA (ALUBIA DE GERNIKA)
- TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)



** Denominación en tramitación*

✪ Inscrita en el Registro de la UE

Alubia de La Bañeza-León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción agrícola de las alubias protegidas por la IGP Alubia de La Bañeza-León está constituida por las comarcas agrarias de Astorga, El Páramo, Esla-Campos, La Bañeza, La Cabrera y Tierras de León en la provincia de León, y Benavente y Los Valles en la provincia de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado lo constituyen las variedades locales Canela, Plancheta, Riñón Menudo y Pinta, de alubia o judía. Se comercializan envasadas en origen como legumbre seca o como plato precocinado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 78 hectáreas de cultivo, 100 agricultores y 9 empresas envasadoras. Las previsiones de futuro son que en un plazo de cinco años se podría alcanzar una superficie de 1.000 hectáreas y una producción media de 300.000 kilos de alubias protegidas con la IGP.



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 175 productores y la superficie de cultivo supera las 100 hectáreas. La producción media anual es de unos 160.000 kilos, de los que 145.000 son de categorías Extra y Primera. Las 23 empresas inscritas, 21 con actividad, comercializan 70.000 kilos al año con IGP.

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 3.000 hectáreas; 9 empresas comercializan esta legumbre amparada por el sello de calidad y envasada con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

Mongeta del Ganxet (Judía 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 119 hectáreas; la superficie real es superior debido a la existencia de pequeñas explotaciones familiares de autoconsumo. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 4 almacenes y plantas de acondicionamiento y envasado que comercializan 4.000 kilos de judía protegida por la denominación de origen.

Frutas y hortalizas

España es el segundo mayor productor hortofrutícola europeo, por detrás de Italia. La principal fortaleza del sector hortofrutícola español es un alto grado de especialización y su capacidad para adaptarse a la demanda tanto en formatos como en variedades. Además, existe una relación de equilibrio entre los atributos de calidad y precio. 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.

El valor de la producción española de frutas y hortalizas (patata incluida) ascendió en 2012 a 13.792 millones de euros a precios básicos, un 2% más que en la campaña anterior. Además de todas las frutas y hortalizas, en estos datos están incluidas también las aportaciones de las aceitunas de mesa.

Este sector en conjunto representaba en 2012 el 32% de la Producción Final Agraria del país y también el 54% de la Producción Vegetal, un porcentaje inferior a 2011.

De todos los subsectores que componen el grupo, el que más aportó al conjunto en 2012 fue el de las hortalizas, con mucha diferencia respecto al de las frutas.

A grandes rasgos, la producción nacional de frutas y patata experimentó en 2012 un notable retroceso respecto al año anterior, mientras que la de hortalizas fue mejor, justo al contrario de lo que sucedió en 2011.

En España, la producción total ronda supera los 30 millones de toneladas y el cultivo principal en volumen de producción y en superficie cultivada es el tomate.



La producción hortofrutícola está presente, en mayor o menor medida, en todas las comunidades autónomas, destacando Andalucía, Aragón. Cataluña, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Extremadura y la Región de Murcia.

FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA UE

La producción hortofrutícola está muy extendida en la Unión Europea. En 2012 la evolución de las cosechas comunitarias fue negativa, ya que descendieron las producciones en



cantidad tanto de hortalizas (2%), como de frutas (6,5%) y patatas (13,8%).

Sin embargo, los precios de todas las producciones fueron mejores (3,2% en patata, 4,7% en frutas y 7,8% en vegetales), por lo que el balance final fue positivo.

El valor final de las cosechas de frutas y hortalizas en los países de la UE supera en valor los 60.000 millones de euros.

Con relación a la aportación del sector a la Producción Final Agraria europea, en total, el sector hortofrutícola aporta más del 25% del total, un porcentaje sin embargo muy inferior al que representa en países productores como España.

Dentro de las frutas, las principales producciones a nivel europeo son la manzana (10 millones de toneladas), la pera (3 millones de toneladas) y la naranja (7 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.





COMERCIO EXTERIOR

Gran parte de la producción española de frutas y hortalizas se destina a los mercados exteriores, un destino que gana cuota de mercado de año en año.

En el ámbito comunitario, a donde se dirige más del 90% de las ventas exteriores, las hortalizas españolas han mantenido su posición competitiva durante los últimos años, mientras que por el contrario, las frutas han registrado una leve pérdida de participación.

En 2012 el valor de las exportaciones españolas de frutas y hortalizas frescas ascendió a 10.626 millones de euros, de los que casi el 60% correspondió a la aportación de las frutas. Con relación al año 2011, el valor las exportaciones de frutas y hortalizas se redujeron un 1%.

En cuanto a las importaciones, en 2011 el valor de las compras ascendió a 5.600 millones de euros, un 4% más que en 2011.

En volumen, la exportación de frutas y hortalizas (datos totales, legumbres incluidas) ascendió 11,7 millones de toneladas, prácticamente la misma cantidad que un año antes. Por sectores, las frutas totalizaron 7 millones de toneladas, con un incremento del 2% y las hortalizas 4 millones de toneladas.

Asimismo, el volumen importado se elevó a 3,2 millones de toneladas, frente a los 3,1 millones del año anterior. Del volumen total importado por España, aproximadamente el 70% eran hortalizas y el resto frutas.

Frutas

La producción española de frutas es muy variada gracias a la diversidad de climas y zonas productoras.
El sector registró en 2012 un retroceso en la cantidad producida del 10,3%, tras el incremento experimentado un año antes y una subida de los precios del 1,3%.
En valores corrientes, el valor de las frutas ascendió a 5.998 millones de euros a precios básicos y el sector representó el 13,9% de la Producción Final Agraria y el 23,8% de la Producción Vegetal.
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, que son las llamadas frutas-hortalizas.

FRUTAS-HORTALIZAS

Estas frutas se obtienen a partir de especies herbáceas y también de algunas especies arbustivas (moras de zarza, arándanos, frambuesas, etc.).
Las frutas-hortalizas cultivadas suelen ser de ciclo anual y hay que plantarlas todos los años, mientras que las del bosque rebrotan cada año. Las frutas-hortalizas suelen ser de tipo pepita, carnosas y más versátiles que las obtenidas a partir de cultivos leñosos.
Estas frutas son de crecimiento más rápido y sus períodos de recolección son amplios. Algunas, como el tomate, se clasifican 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 2012 aumentó un 15% la producción de sandías que se situó en 854.000 toneladas, mientras que descendió un 2,7% la de melones, en consonancia con la evolución del cultivo en el último lustro. Por su lado, la producción de fresas y fresones se incrementó un 11% después de la caída del cultivo en el año anterior y se alcanzó la mayor producción de los últimos años.
En comercio exterior se redujeron las importaciones de melón, se dispararon las exportaciones de fresas (22%) y crecieron las de sandías (20%) y las de melones (15%).

FRUTA 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. Sin contar las frutas-hortalizas, suponen un 30% de la producción de fruta dulce.
Las dos principales producciones a nivel mundial son las peras y las manzanas, pero en nuestro país cada vez van ganando terreno otras producciones como la uva de mesa, el níspero o el membrillero.
En España, la uva de mesa, o uva para consumo en fresco, tiene una técnica de cultivo distinta 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





PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS DULCES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
SANDÍAS	817	790	740	854
MELONES	1.002	945,5	894	871
FRESAS-FRESONES	266	274,6	261	290
MANZANAS DE MESA	541,6	524	579	465
PERAS	461,6	451	522	401
ALBARICOQUES	99	77,9	89	119
CEREZAS-GUINDAS	93,7	91,9	100	98
MELOCOTONES	790	792	853	747
NECTARINA	438,7	429,5	546	422,2
CIRUELAS	226,6	197,6	230,7	205
PLÁTANOS	359	420,8	349,3	365
UVAS DE MESA	243,6	238,8	289,8	230

FUENTE: MAGRAMA

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	448,4	421	480,7
BALEARES	12	12,7	10,1
CASTILLA-LA MANCHA	103,3	96,5	143,3
CATALUÑA	6,7	5,9	7
COMUNIDAD VALENCIANA	81,6	63,4	51,2
EXTREMADURA	16,3	19	28
MURCIA	105	100	119
OTRAS CC AA	16,7	16,5	13,5
TOTAL ESPAÑA	**790**	**740**	**854**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	99.194	89.009	104.470	120.564
UE	2.618	2.625	2.707	3.124
ESPAÑA	**817**	**790**	**740**	**854**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRESAS Y FRESONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	267,8	545	281,6
CATALUÑA	2,4	1,8	1,7
OTRAS CC AA	4,4	5,2	6,7
TOTAL ESPAÑA	**274,6**	**261**	**290**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	4.068	4.367	4.594	5.104
UE	1.103	1.093	1.329	1.476
ESPAÑA	**265**	**274,6**	**261**	**290**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	218,1	222,9	209,5
BALEARES	5,4	4,5	2,2
CASTILLA-LA MANCHA	376,8	339,7	325,6
CATALUÑA	9,7	6,6	6,8
COMUNIDAD VALENCIANA	94	34,2	33,1
EXTREMADURA	62	61,5	65,5
MADRID	7	2,3	1,6
MURCIA	225	215	219,8
OTRAS CC AA	6,4	7,3	6,9
TOTAL ESPAÑA	**945,5**	**894**	**871**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	28.500	25.502	24.120	23.500
UE	2.208	1.860	1.759	1.713
ESPAÑA	**1.002**	**945,5**	**894**	**871**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

Un mundo de Mini Vegetales... te espera en

lapalma
Granada La Palma SCA



Granada La Palma SCA
info@granadalapalma.com - www.lapalmacoop.com
Tlf.: 0034 - 958 62 39 03

laparcela®

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	8,8	9,5	8,9
ARAGÓN	61,9	69,5	60,3
CATALUÑA	221,4	264,5	173,3
COMUNIDAD VALENCIANA	7,4	6,1	5,8
EXTREMADURA	19,2	26,5	19,5
LA RIOJA	50,5	56,6	47
MURCIA	39,6	39,6	39,46
OTRAS CC AA	42,2	49,7	46
TOTAL ESPAÑA	**451**	**522**	**401**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	20.999	22.645	23.897	18.400
UE	2.535	2.483	2.646	1.863
ESPAÑA	**434**	**451**	**522**	**401**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE UVAS DE MESA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	35,4	33,2	16
COMUNIDAD VALENCIANA	81	105,8	81
MURCIA	116	146	126
OTRAS CC AA	6,4	5,8	7
TOTAL ESPAÑA	**238,8**	**289,8**	**230**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	6.771	6.756	8.197	6.523
UE	2.528	2.442	2.963	2.358
ESPAÑA	**278**	**238,8**	**289,8**	**230**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MANZANAS DE MESA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	8,5	9	9,1
ARAGÓN	63,2	84,8	54,4
ASTURIAS	2	4	1,5
CASTILLA-LA MANCHA	4,9	5,5	4,2
CASTILLA Y LEÓN	16,6	21,7	20,7
CATALUÑA	319	325	249,8
COMUNIDAD VALENCIANA	8,9	9	10,3
GALICIA	62,7	81,2	80,8
MURCIA	5	5	5
PAÍS VASCO	3,7	4	4,2
OTRAS CC AA	29,5	29,8	25
TOTAL ESPAÑA	**524**	**579**	**465**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	69.604	69.561	75.635	69.500
UE	12.290	10.293	10.663	9.795
ESPAÑA	**502**	**524**	**579**	**465**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

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

CC AA	2010	2011	2012*
ARAGÓN	7,2	10,3	9,9
COMUNIDAD VALENCIANA	6,7	6,5	8,7
MURCIA	51,4	59,6	75,8
OTRAS CC AA	12,6	12,6	24
TOTAL ESPAÑA	**77,9**	**89**	**119**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	3.474	3.442	3.834	3.277
UE	557	625	695	594
ESPAÑA	**96**	**77,9**	**89**	**119**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

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 2012, la producción nacional de pera se situó en 401.000 toneladas (23% menos que en 2011), la de manzana de mesa en 465.000 toneladas (19% menos) y la de manzana de sidra en 94.100 toneladas, un 22% menos. Asimismo, la cosecha de uva de mesa también se redujo casi un 20% hasta situarse en 237.800 toneladas y la de nísperos rondó las 10.000 toneladas.

Además de estas producciones mayoritarias, en España también hay otras producciones de pepita como el membrillo, al que se dedican unas 1.500 hectáreas y cuya producción se destina a la industria principalmente.

Respecto al comercio exterior de estas frutas, en general descendieron las exportaciones pero tampoco aumentaron las importaciones. Las manzanas están entre las frutas que más se compran fuera y en 2012 se llegaron a importar 225.000 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. Las cerezas también se escalonan desde abril a octubre. Son frutas que obtienen buenas cotizaciones si no se estropean por las lluvias.

La campaña 2012 tuvo para la fruta de hueso resultados negativos en cuanto a producción, excepto para el albaricoque. En concreto, la producción de albaricoque se acercó a las 119.000



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREZAS Y GUINDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	6,4	6	5,8
ARAGÓN	28	25,7	20,6
CATALUÑA	9	8,6	9
EXTREMADURA	28,2	35,8	37,8
OTRAS CC AA	20,3	23,9	24,8
TOTAL ESPAÑA	**91,9**	**100**	**98**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	1.876	2.103	2.241	2.197
UE	503	545	628	616
ESPAÑA	**99**	**91,9**	**100**	**98**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	79,2	77	70
ARAGÓN	232,1	238	200
CATALUÑA	198,6	230	195
COMUNIDAD VALENCIANA	13,8	17	14,2
EXTREMADURA	47,6	64	57
LA RIOJA	16,5	14	13,4
MURCIA	162	172	148
NAVARRA	17,8	19	17,2
OTRAS CC AA	24,4	22	32
TOTAL ESPAÑA	**792**	**853**	**747**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	18.001	20.274	21.835	15.661
UE	3.941	3.845	4.141	2.970
ESPAÑA	**1.156**	**792**	**853**	**747**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	35,9	44,7	37
CATALUÑA	4,5	5,3	4,6
COMUNIDAD VALENCIANA	11	9,6	8,8
EXTREMADURA	88,2	117,3	105
MURCIA	28	25,6	25
OTRAS CC AA	30	28,2	24
TOTAL ESPAÑA	**197,6**	**230,7**	**205**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	10.342	11.998	11.359	10.124
UE	1.331	1.652	1.929	1.719
ESPAÑA	**222**	**197,6**	**230,7**	**205**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	73	80	50,8
ARAGÓN	92	129,6	94,2
CATALUÑA	152,7	178	145,2
COMUNIDAD VALENCIANA	12	16	9,2
EXTREMADURA	53,9	68	63,5
MURCIA	40	69	53
OTRAS CC AA	5,98	5,4	6,3
TOTAL ESPAÑA	**429,5**	**546**	**422,2**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2010	2011	2012*
MUNDO	105.213	106.541	111.107
UE	620	386	402
ESPAÑA	**420,8**	**349,3**	**365**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAGRAMA.*

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2010	2011	2012*
PATATAS	239	244	249
TOMATES FRESCOS	740	967	901
CEBOLLAS	224	259	252
AJOS	65	64	81
COLES Y BRÓCOLI	314	357	336
LECHUGAS	588	673	688
PEPINOS	449	547	493
ESPÁRRAGOS	12	13,2	14,7
BERENJENAS	110	121,4	130
PIMIENTOS DULCES	434	497	530
CALABACINES	243	269	266
PLÁTANO	56	52	77
JUDÍAS VERDES	17	14,4	13,6
ALCACHOFAS	10,6	12,2	12
GUISANTES	2,3	3	3,9
AGUACATE	53,1	69	59
NARANJAS	1,341	1,527	1,627
LIMONES	397	484	560
UVAS	128,8	142	128
SANDÍAS	491	420	508
MELONES	376	374	431
MANZANAS	94	132	128
PERAS	122	132	121
MELOCOTONES	234	661	636
CIRUELAS	35,8	104	105
FRESAS	220	233	285
POMELOS	47,1	53,6	47,2
ALBARICOQUES	29,2	31,4	42,1
KIWIS	11,4	11,7	15,8

**Estimaciones. FUENTES: Departamento de Aduanas.*



toneladas (34% más que en 2011), la de cereza y guinda a 98.000 toneladas (2% menos), la de melocotón a 747.000 toneladas (12% menos), la de ciruela a 205.000 toneladas (11% menos) y la de nectarina a 422.200 toneladas (22% menos).

OTRAS FRUTAS

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.

Aunque en el pasado muchas de estas frutas se recogían a partir de árboles diseminados, 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 2012 la producción de aguacates ascendió a 77.500 toneladas, un 6% menos que en la campaña anterior.

Por su lado, la producción de higos se situó en 24.900 toneladas, un 14% menos que en el año anterior y la de kiwis, que se concentra en la zona noroeste del país, ascendió a 27.700 toneladas, un 10% menos.

Finalmente, la producción de chirimoyas, que se concentra en las costas de Málaga y Granada, se incrementa de año en año y las granadas también se están recuperando como cultivo.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Miles de toneladas)

	2010	2011	2012*
PATATAS	779	666	697,3
TOMATES FRESCOS	163,3	144,9	92,8
PLÁTANO	159	214	225
CEBOLLAS	58,8	55,1	51,6
MANZANAS	210	254	225
PERAS	50	41	32
KIWIS	130	118	121
NARANJAS	130	114	126
CIRUELAS	6,5	5,9	5
PIÑAS	118	136	130,5
MELONES	65	71	66
LIMÓN	53,6	42	60

**Estimaciones. FUENTES: Departamento de Aduanas.*

Plátano



Tras el retroceso que se produjo en la campaña precedente, la producción de plátano en 2012 aumentó un 5% hasta colocarse en 365.000 toneladas. El grueso de la producción se comercializó en el mercado nacional, si bien al internacional se destina cada año un mayor volumen. En 2012 se exportaron 77.000 toneladas de plátanos (47% más que un año antes), mientras que se importaron 225.000 toneladas de plátanos y bananas (un 5% más).

En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2012 rondó los 402.000 toneladas, un 5% más que en 2011. Además de España, que aporta el 60% de la producción, también hay cosechas en Francia (Martinica), Portugal, Grecia y Chipre. La producción mundial de este tipo de frutas ascendió en 2012 a 111 millones de toneladas.

Hay que destacar que 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.

Cítricos

El sector de los cítricos abandera las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen. En España hay cerca de 300.000 hectáreas dedicadas al cultivo de los cítricos, que se concentran 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, esta se concentra mayoritariamente en la Comunidad Valenciana.

Como ya ocurriera en 2011, el año 2012 se saldó con una caída importante de los precios pagados a los agricultores, a pesar de la buena calidad de la fruta y de la buena marcha de las exportaciones.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS CÍTRICAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13*
NARANJAS	2.773	2.992	2.801	2.934
MANDARINAS	2.004	2.161	2.212	1.874
LIMONES	565	636,3	715	626
POMELOS	40,3	48,5	47,8	56,1

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	1.065	1.240
BALEARES	9,1	9
CANARIAS	14,2	14
CATALUÑA	35,3	56
COMUNIDAD VALENCIANA	1.372	142,3
MURCIA	148,8	140
OTRAS CC AA	11,4	52
TOTAL ESPAÑA	**2.645**	**2.933,8**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	67.696	69.416	53.618	51.297
UE	6.919	6.521	5.765	5.600
ESPAÑA	**2.773**	**2.992**	**2.801**	**2.934**

**Estimaciones. FUENTES: FAO, EURSTOTAT, USDA y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MANDARINAS (HÍBRIDOS) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	124	117
CATALUÑA	8,8	10
COMUNIDAD VALENCIANA	394,8	285
MURCIA	24,2	28
OTRAS CC AA	1	7
TOTAL ESPAÑA	**552,8**	**434**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

PRODUCCIONES DE MANDARINAS, CLEMENTINAS Y SATSUMAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	19.000	19.200	23.550	24.240
UE	2.171	2.260	3.138	2.880
ESPAÑA	**2.004**	**2.161**	**2.120**	**1.874**

**Estimaciones. FUENTES: FAO, EUROSTAT,USDA y MAGRAMA.*

Las cosechas de naranja dulce y pomelo resultaron mejores que las de la campaña anterior, pero las de limón y mandarina se saldaron con resultados claramente negativos.

La producción nacional en la campaña 2012/13 se situó en 5,5 millones de toneladas, un 5% menos que en la anterior. De esta producción, el grueso (2,9 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranjas que en las últimas campañas habían ido perdiendo peso en favor de las mandarinas. Estas últimas alcanzaron una producción de 1,9 millones de toneladas (un 15% menos) y los limones llegaron a 626.000 toneladas (un 12% menos). Solo los pomelos, cítricos minoritarios, consiguieron un buen resultado en 2012: 56.100 toneladas, un 17% más que en 2011.

En el mercado exterior, las exportaciones totalizaron 3,9 millones de toneladas frente a los 3,6 del año anterior, mientras que las importaciones sumaron 204.000 toneladas frente a 172.000 toneladas.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LIMONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC AA	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	115,6	100
COMUNIDAD VALENCIANA	217,6	201
MURCIA	382	315
OTRAS CC AA	5,3	9,7
TOTAL ESPAÑA	**720,50**	**625,7**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

PRODUCCIONES DE LIMONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2009	**2010**	**2011**	**2012***
MUNDO	13.439	6.924	6.677	6.586
UE	1.169	1.206	1.365	1.150
ESPAÑA	**620**	**636,3**	**720,5**	**625,7**

**Estimaciones. FUENTES: FAO, EUROSTAT,USDA y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE POMELOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC AA	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	13,1	18
COMUNIDAD VALENCIANA	6,2	6,3
MURCIA	28,3	31
OTRAS CC AA	1	1
TOTAL ESPAÑA	**47,8**	**56,1**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

En los últimos años la producción de cítricos en España ha experimentado 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 bien 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.

UTILIZACIÓN DE LOS CÍTRICOS

Aunque la mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas se destina al consumo en fresco, cerca de 1,6 millones de toneladas de estas frutas van a otros usos entre los que destaca la industria de zumos.

En España 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%).

También, 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 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.

Una de las producciones de cítricos más singulares 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. ●



síguenos en @Bouquet_es

http://www.facebook.com/bouquetcultivamosfuturo

Conseguidos con esfuerzo, los logros tienen más sabor.



Los frutos del esfuerzo tienen más sabor: el sabor de las cosas bien hechas.

En Anecoop conocemos el esfuerzo, el que nos ha llevado a ser el primer productor hortofrutícola español y sinónimo de calidad, innovación y seguridad en los cerca de 60 países en los que estamos presentes.

Esfuerzo que nos permite ofrecerle una amplia gama de productos con un extenso calendario que abarca los doce meses del año.

Esfuerzo que nos lleva a investigar nuevas líneas de productos adaptados a las demandas de los consumidores y a establecer exhaustivos controles de calidad.

Cultivamos futuro trabajando día a día bajo nuestros principios de Responsabilidad Social Corporativa: fomentando la alimentación saludable, garantizando la seguridad alimentaria, respetando el medio ambiente y generando proyectos de economía social.

Anecoop: los frutos del esfuerzo.

Anecoop



www.anecoop.com www.bouquet.es

Frutos secos

El almendro, el avellano y el nogal son las tres variedades de frutales de fruto seco que más superficie ocupan en España. En los últimos años, mientras el cultivo de los dos primeros se ha ido reduciendo progresivamente, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge y actualmente ocupa más de 6.300 hectáreas.

Además de estas producciones, otro fruto seco que está ganando terreno en los campos españoles es el pistacho.

La producción de almendra en 2012 fue inferior a la de la anterior campaña y lo mismo sucedió con la avellana y la castaña. Sin embargo, el balance para el sector de la nuez fue positivo en producción ya que se lograron superar las 13.100 toneladas.

La producción española de almendras 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 no sólo es de España, sino de los principales países productores, lo que determina grandes oscilaciones de precios de las almendras en los mercados internacionales.

El avellano también es un árbol muy sensible a las heladas y los precios internacionales de la avellana son también muy variables, dependiendo de las cosechas mundiales.

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

PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
ALMENDRAS (GRANO)	48	46	45	44,9
CASTAÑAS (CÁSCARA)	170	175	174	155
AVELLANAS	13,1	14,7	16,3	13,9
NUEZ	10,3	12	12,2	13,1

Estimaciones. FUENTE: MAGRAMA.

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

CC AA	2011	2012*
GALICIA	156,7	145
OTRAS CC AA	17,3	10
TOTAL ESPAÑA	**174**	**155**

Estimación. FUENTE: MAGRAMA.

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

	2010	2011	2012*
MUNDO	1.950	2.019	1.530
UE	101	110	83
ESPAÑA (Grano)	**5**	**4**	**3,2**

Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.





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.

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.

El principal productor mundial de almendras es Estados Unidos (California y Florida), que precisamente se ha especializado en las variedades mollares. El desarrollo 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 uno de los principales consumidores mundiales de almendra como es la UE. Incluso España, donde las importaciones de almendras eran raras, utiliza almendra californiana para la elaboración de turrones, mazapanes y bollería.

Las variedades más cultivadas en España son las de cáscara dura (planeta, largueta, marcona, comuna, etc.), aunque hay también almendras mollares.

Por su lado, las avellanas son un fruto 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 (45%) en grano que las almendras.

En España existen diversas variedades de avellanas (negretas, cordobesas, asturianas, etc.). La producción comercial de avellanas se ha ido reduciendo prácticamente a la provincia de Tarragona debido a que el cultivo es poco rentable. El mercado exterior de la avellana española ha ido perdiendo importancia porque Turquía controla el mercado mundial, programando sus exportaciones y su industrialización.

OTROS FRUTOS SECOS

Piñones, bellotas, pistachos 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, al tiempo que aumentan las importaciones.

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. El cultivo está tomando cierto auge en España, aunque los precios relativamente bajos de los pistachos de importación hacen difícil un cultivo rentable. Esta falta de rentabilidad también ha hecho desaparecer prácticamente el cultivo del cacahuete en Valencia, porque la competencia de los países tropicales es muy intensa.

Otro fruto seco tradicional es la castaña, cuya producción mundial se aproxima a 1,5 millones de toneladas en grano. En la Unión Europea, las castañas alcanzan las 83.000 toneladas, siendo los principales productores Italia y Portugal.

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	9,8	12
ARAGÓN	9,5	9
BALEARES	1,9	2,1
CASTILLA-LA MANCHA	4,5	4,5
CATALUÑA	4,3	3,6
LA RIOJA	0,9	0,7
MURCIA	8,7	7,9
NAVARRA	0,4	0,3
COMUNIDAD VALENCIANA	4,5	5,1
OTRAS CC AA	0,6	0,8
TOTAL ESPAÑA	**45,3**	**44,9**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA Y AEOFRUSE.*

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

	2010	2011	2012*
MUNDO	901	1.093	1.158
UE	93	89	70
ESPAÑA	**46**	**45,3**	**44,9**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.*

En España, la producción en 2012 se elevó a 155.000 toneladas cáscara, un 10% menos que en 2011.

Las cosechas de castaña se centran principalmente en Andalucía y Galicia; y se destinan básicamente a la alimentación animal, pero los frutos más sanos se destinan 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.

En el mundo, además de los citados frutos secos, tienen importancia el anacardo brasileño, la pecana (nuez americana), la macadamia (australiana y neozelandesa) y el cacahuete o maní (brasileño), etc.

La balanza comercial del sector de los frutos secos suele tener un saldo negativo. España importa también 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.

Las importaciones totales de frutos secos en 2012 ascendieron a 122.197 toneladas (40.000 toneladas más) mientras que las exportaciones ascendieron a 80.845 toneladas (2.000 más).

La avellana y la almendra son los frutos secos que más se comercializan en España. Entre almendra grano y cáscara se exportaron en el pasado año más de 58 millones de toneladas por un valor de 282 millones de euros. Mientras el volumen exportado descendió, el valor de las ventas aumentó con respecto a las cifras del año anterior. Asimismo, en 2012 también se importaron 78.000 toneladas de almendra (2.000 más que un año antes) por un importe de 277 millones de euros (superior al del año anterior). El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron unas 2.500 toneladas, 400 menos que en el año anterior, y se importaron 5.300 toneladas, entre frutos con y sin cáscara, un volumen netamente ligeramente superior al del año 2011. En este caso, el país que más avellana nos vendió fue Turquía.

Además de las almendras, importamos anualmente cantidades significativas de nueces (18.900 toneladas en 2012, un volumen inferior al de 2010), pistachos (cerca de 7.600 toneladas, unas 1.000 menos que un año antes) y cacahuetes. Asimismo, entre las exportaciones de frutos secos destacan las partidas de castaña fresca que en el año 2012 se elevaron a casi 7.600 toneladas frente a unas importaciones de 2.000 toneladas.



Igualmente, el comercio de piñones también es importante. En 2012 se exportaron 7.300 toneladas y se importaron 4.200 toneladas, volúmenes en ambos casos muy inferiores a los del año anterior.

Las industrias turroneras, las de mazapanes, la pastelera y la de bollería absorben cada año cerca de unas 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.

Finalmente, para la fabricación de "snacks" y diversos aperitivos se utilizan frutos secos con y sin piel (almendras, avellanas, pistachos, anacardos, cacahuetes, macadamias, etc.) y hay un pequeño consumo, cada vez menor, de almendras y otros frutos recubiertos de azúcar (peladillas, garrapiñadas, etc.).

Hortalizas

Las hortalizas son probablemente el grupo de alimentos más variado que hay en el mundo. Son hortalizas las verduras o plantas de hoja que se consumen crudas o cocinadas, las legumbres verdes como el guisante, los tubérculos como la patata o la zanahoria y producciones de fruto y flor como el pimiento o el calabacín.

Tras los cereales, las hortalizas son las plantas comestibles más importantes del mundo. A lo largo de la historia su cultivo se ha visto muy diversificado 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.

Actualmente, en el mercado hay una pluralidad de orígenes de la mercancía (local, nacional, importación, etc.) y de presentaciones (frescas, congeladas, deshidratadas, en conserva, etc.). Esta diversificación de la oferta se irá ampliando con toda seguridad en los próximos años.



PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

España es una potencia mundial en producción de hortalizas, aunque en la última década la superficie dedicada a estos cultivos ha descendido frente a un aumento de la productividad por hectárea.

Al contrario que un año antes, la producción de hortalizas registró en 2012 un aumento en volumen del 3,2%, con una subida media de los precios del 6,5% lo que hizo posible que alcanzase un valor a efectos de calcular la Producción Final Agraria superior a los 7.000 millones de euros a precios corrientes.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas representaron en 2012 el 28% y con respecto a la Producción Agraria total este subsector representó el 17%.

En España se cultivaron en 2012 unas 225.000 hectáreas de hortalizas (incluidos melón, sandía, fresa y champiñón), de las que el 60% eran tierras de regadío. Asimismo, en torno al 70% de la superficie era cultivo al aire libre y el resto eran invernaderos. Los cultivos que más superficie ocuparon fueron el tomate (solo para el tomate industrial se usaron más de 22.000 hectáreas), el melón, el ajo y la cebolla.

La producción nacional de hortalizas en 2012 superó los 17 millones de toneladas, entre producciones de tallo y hoja (lechuga, col, etc.), de fruto (melón, sandía, fresa, etc.), de flor (alcachofa y coliflor), de bulbo y raíz (ajo, cebolla, etc.), leguminosas (judías, guisantes…) y otras hortalizas como las setas y champiñones que no se pueden clasificar pero que tienen una gran importancia económica en determinadas regiones.

En general, las cosechas fueron mucho mejores que las del año anterior, especialmente en cultivos como el ajo, la berenjena, el calabacín, el pimiento y el tomate, tanto para fresco como para conserva.

En este sentido, la producción de tomate de industria registró un aumento de producción de alrededor de un 3% y lo mismo sucedió con los tomates para consumo en fresco.

Otro cultivo emblemático de la producción española como la fresa también tuvo un balance positivo en 2012, al igual que la sandía, que creció un 15%.

Gracias al escalonamiento de cosechas es posible disponer en España de una gran variedad 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 globalización ha permitido también el intercambio de hortalizas entre unos y otros países y España se ha convertido en un exportador neto de este tipo de producciones. Así, las exportaciones totales (incluida la patata) ascendieron en 2012 a 4,24 millones de toneladas y el valor de las ventas superó los 3,9 millones de euros.

En cuanto a las importaciones, en total compramos 1,09 millones de toneladas frente a 1,11 en el año anterior, con lo que el saldo positivo de nuestra balanza comercial se incrementó como ya ocurriera también en 2011. Además, el valor de las importaciones se elevó hasta los 460 millones de euros, 30 millones menos que en 2011.
Entre las exportaciones, los productos más representativos por su valor fueron las hortalizas de ensalada (tomates, lechuga y pepino) y los cítricos (mandarina principalmente, y naranja). Las importancioes más relevantes fueron de patata y espárrago entre las hortalizas; y manzana, kiwi y piña entre las frutas.

HORTALIZAS EN LA UE

La producción de hortalizas en la UE ronda los 60 millones de toneladas anuales. A nivel comunitario, el principal cultivo es el tomate con unos 18 millones de toneladas anuales, seguido de coles, cebollas, zanahorias y lechugas.



Los países con mayor producción de la UE son España, Italia y Francia; y el tráfico intracomunitario de hortalizas asciende anualmente a unos 7 millones de toneladas.
Por otro lado, la UE importa anualmente cerca de 1,5 millones de toneladas de hortalizas, que proceden principalmente de países africanos, con Marruecos a la cabeza, y del Próximo Oriente.
Asimismo, desde la UE se exporta también a terceros países cerca de un millón de toneladas anuales. Buena parte de las exportaciones europeas de hortalizas son tomates.
Aproximadamente el 65% de los cultivos hortícolas de la UE se obtiene a partir de huertos (la mayor parte son huertos familiares y jardines), recolectándose el 35% restante en explotaciones a pleno campo y en invernaderos.
Como ya ocurriera en 2011, en 2012 la producción de hortalizas frescas aumentó en volumen y los precios también fueron buenos.

PATATAS

Las patatas llegaron del continente americano y los españoles las pusieron de moda como producción agrícola de consumo masivo. China, con más del 20% del total mundial, es hoy en día el país que más patata produce, seguido de India, la Federación Rusa y Ucrania. Estados Unidos es también una gran potencia productora de patata y en la Unión Europea el primer país es Alemania, seguido de Polonia y Francia.
En España, la producción de patata en 2012 aportó cerca del 1,2% de la Producción Final Agraria y el 2% de la Producción Vegetal. En ambos casos, los porcentajes fueron similares a los de 2011. A nivel de cultivo, en 2012 la superficie total ascendió a 74.100 hectáreas, un 6% menos que el año anterior.
La patata registró en 2012 un aumento del 3,2% en la cantidad producida y un incremento de los precios del 14%. El valor generado

por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 517 millones de euros a precios corrientes.

Por variedades, en 2011 fueron superiores todas las producciones excepto la de patata de media estación, que se redujo un 11% cuando en la campaña anterior se había producido un notable incremento.

En la Unión Europea la aportación del sector de la patata es mayor que en España. En 2011 la patata registró en la UE un incremento de la producción en volumen del 4,2% y un aumento de los precios, al igual que en el año precedente.

Junto con España, otros países con gran producción de patata en 2012 fueron Alemania, Países Bajos, Gran Bretaña, Francia y Bélgica.

La producción comunitaria de patata es la segunda mayor del mundo, por detrás de China. Representa aproximadamente el 19% del total mundial.

El sector de la patata comunitaria tiene también una ventaja competitiva en los mercados internacionales, especialmente en los subsectores de las patatas de siembra y los productos transformados.

España volvió a ser en 2012 un país netamente importador de patata. En total, se importaron 697.300 toneladas de patata (unas 30.000 más que en el año precedente) por un importe de 160 millones de euros, cifra inferior también a la de 2011. 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 2012 volvieron a crecer y se situaron en 249.000 toneladas (algo más de 6.000 toneladas por encima), por un valor de 79,5 millones de euros (8 millones más).



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
TOMATES	4.767	4.384	3.836	4.007
TOMATES CONSERVA	2.503	2.360	1.836	1.892
PIMIENTOS	934	920	970	1.024
CEBOLLAS	1.262	1.100	1.357	1.187
LECHUGAS	857	830	870	870
PEPINOS	656	697	697	713
CALABACINES	363	373	391,5	459
ZANAHORIAS	420	413	380	377
BERENJENA	207	203	246	248
ALCACHOFAS	192	168	190	203
COLIFLORES	425	168	152	139
JUDÍAS VERDES	192	155	146	165
AJOS	154	133	145	152
PATATAS	2.196	2.284	2.361	2.205

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TOMATE FRESCO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	1.537	1.595
ARAGÓN	52,6	54,2
BALEARES	13,1	11,1
CANARIAS	124,2	126
CASTILLA-LA MANCHA	101,8	115,9
CATALUÑA	50,5	43,8
COMUNIDAD VALENCIANA	63,3	62,2
EXTREMADURA	1.331	1.403,50
GALICIA	85,6	112,2
LA RIOJA	14,8	13,5
MURCIA	341,7	295,5
NAVARRA	148,9	148
OTRAS CC AA	28,5	25,8
TOTAL ESPAÑA	**3.836**	**4.007**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	129.650	145.752	159.023	166.100
UE	16.188	16.901	16.100	16.817
ESPAÑA	**4.767**	**4.384**	**3.836**	**4.007**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	339	321
ARAGÓN	9,9	6
ASTURIAS	28	30,8
BALEARES	38,4	54,9
CANARIAS	75,5	68,3
CANTABRIA	10	9,7
CASTILLA-LA MANCHA	100	82,1
CASTILLA Y LEÓN	1.027	843,2
CATALUÑA	34,4	30,8
COMUNIDAD VALENCIANA	43,8	43,5
EXTREMADURA	38	39,00
GALICIA	390,7	451,8
LA RIOJA	95,5	82,5
MADRID	3,4	2,1
MURCIA	58	77,1
NAVARRA	16	15,5
PAÍS VASCO	61	45,3
TOTAL ESPAÑA	**2.361**	**2.205**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	314.140	324.182	374.382	375.400
UE	61.583	56.841	62.400	62.500
ESPAÑA	**2.196**	**2.284**	**2.369**	**2.205**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*



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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	282	295
CATALUÑA	24,2	24,1
CASTILLA Y LEÓN	25,4	23,1
COMUNIDAD VALENCIANA	49,9	38,5
GALICIA	19	20,2
MURCIA	333	330
OTRAS CC AA	126,5	161
TOTAL ESPAÑA	**870**	**846**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	23.532	23.622	24.325	24.600
UE	9.348	3.023	2.564	2.500
ESPAÑA	**857**	**830**	**870**	**870**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PIMIENTO FRESCO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	577	623
ARAGÓN	5,6	2,5
BALEARES	2,2	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	47,5	59,5
CATALUÑA	6,9	8,1
COMUNIDAD VALENCIANA	42	40,4
EXTREMADURA	17	18,60
GALICIA	64	63,2
LA RIOJA	3,8	3,9
MURCIA	162,5	162
NAVARRA	19,9	18,2
OTRAS CC AA	22,8	23
TOTAL ESPAÑA	**970,6**	**1.024**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	27.878	27.533	29.048	30.700
UE	2.458	2.230	2.189	2.310
ESPAÑA	**934**	**920**	**970**	**1.024**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	34	30
CATALUÑA	13,3	10,2
COMUNIDAD VALENCIANA	35,9	61,6
LA RIOJA	3,1	2,8
MURCIA	68	86
NAVARRA	9,2	8,2
OTRAS CC AA	4,9	3
TOTAL ESPAÑA	**190**	**203**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	1.387	1.441	1.549	1.655
UE	767	715	751	803
ESPAÑA	**192**	**168**	**190**	**203**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*





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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	55	69
CATALUÑA	8	8,7
COMUNIDAD VALENCIANA	5,6	4,9
GALICIA	34,4	39
LA RIOJA	15	16
OTRAS CC AA	27,8	27,6
TOTAL ESPAÑA	**146**	**165**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	18.708	17.664	16.635	18.781
UE	883	790	744	840
ESPAÑA	**191,5**	**155,2**	**146**	**165**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	47	49
CASTILLA-LA MANCHA	69,4	72
CASTILLA Y LEÓN	15,1	11
OTRAS CC AA	13,1	20,0
TOTAL ESPAÑA	**146**	**152**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	16.417	17.674	23.721	24.866
UE	300	286	283	297
ESPAÑA	**154,0**	**132,7**	**145**	**152**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	333,7	390
BALEARES	2,4	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	4,1	4,8
CASTILLA Y LEÓN	1,0	2
CATALUÑA	7,8	10,3
COMUNIDAD VALENCIANA	5	4,4
EXTREMADURA	3,8	5
GALICIA	4,5	5,4
OTRAS CC AA	29,2	34,9
TOTAL ESPAÑA	**391,5**	**459,2**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	22.518	22.413	24.303	28.600
UE	1.424	1.458	1.534	1.805
ESPAÑA	**363**	**373**	**391,5**	**459,2**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	216,0	217,0
EXTREMADURA	5,5	6
CATALUÑA	7,0	7
COMUNIDAD VALENCIANA	5,5	5,5
OTRAS CC AA	12,0	11,5
TOTAL ESPAÑA	**246**	**248**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	43.127	46.600	46.686	47.000
UE	865	700	779	800
ESPAÑA	**207**	**203**	**246**	**248**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*



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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	183,3	152
ARAGÓN	21,4	20,4
BALEARES	10,7	11,9
CANARIAS	9,5	8,7
CASTILLA-LA MANCHA	886,7	711
CASTILLA Y LEÓN	98,2	108
CATALUÑA	26,9	28
COMUNIDAD VALENCIANA	33,5	45
EXTREMADURA	5,6	5
GALICIA	25,2	41
LA RIOJA	3,5	4
MADRID	0,4	0,2
MURCIA	29,9	28,3
NAVARRA	17,2	15,2
OTRAS CC AA	4,6	8
TOTAL ESPAÑA	**1.356,6**	**1.187**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	66.830	74.251	85.375	74.700
UE	5.427	5.506	6.617	5.788
ESPAÑA	**1.262**	**1.100**	**1.357**	**1.187**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	34	33
CATALUÑA	16	11,4
COMUNIDAD VALENCIANA	24,4	22,9
LA RIOJA	10	10,6
MURCIA	23,7	25,2
NAVARRA	19,4	18,6
OTRAS CC AA	22,5	19
TOTAL ESPAÑA	**152**	**139**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	159,0	155
CASTILLA-LA MANCHA	2,6	2,4
CASTILLA Y LEÓN	20,0	21,3
COMUNIDAD VALENCIANA	159	173
LA RIOJA	11,3	10
GALICIA	9,5	10
OTRAS CC AA	38,9	5,6
TOTAL ESPAÑA	**380**	**377**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	18.027	18.175	20.876	19.090
UE	2.270	2.270	2.297	2.100
ESPAÑA	**425**	**168**	**152**	**139**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	33.296	33.659	35.658	35.377
UE	5.426	5.166	5.472	5.430
ESPAÑA	**420**	**413**	**380**	**377**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*

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

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	639	652
BALEARES	1,1	1
CATALUÑA	3,2	5,9
CASTILLA-LA MANCHA	2	1,5
COMUNIDAD VALENCIANA	3,9	3,7
EXTREMADURA	3,6	3,5
MADRID	1,5	1
MURCIA	13	13,2
OTRAS CC AA	29,7	31,2
TOTAL ESPAÑA	**697**	**713**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	61.133	62.804	65.335	35.377
UE	2.832	2.696	2.858	5.430
ESPAÑA	**656**	**697**	**697**	**713**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA, FAO Y EUROSTAT.*



Local Tradition





Productos tradicionales directamente de la huerta

















Sharing a healthy future

25 UNOL

RIJK ZWAAN

Frutas y hortalizas

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector hortofrutícola español es el principal sector de producción dentro de la rama agrícola, con una participación del 33% en la PFA. Se trata de un sector que genera alrededor de 210.000 Unidades de Trabajo Agrario, a las que hay que añadir otros 100.000 puestos de trabajo indirectos (en labores como manipulación, envasado, transporte, etc.). De esta manera, puede afirmarse que en torno al 40% de todos los trabajadores del sector agrario de nuestro país se encuentran vinculados a la producción, manipulación y comercialización de frutas y hortalizas. El sector tiene una clara vocación exportadora. Nuestro país es el primer exportador de frutas y hortalizas de la Unión Europea. En la base productiva aparece un gran número de pequeños y medianos agricultores y empresarios, aunque los procesos de concentración son perceptibles en todos los niveles de la estructura. Existen unas 620 organizaciones de productores, aunque las 100 más importantes controlan alrededor de una tercera parte del volumen de negocio. España cuenta con 3.918 cooperativas agroalimentarias, de las cuales 1.131 son cooperativas con actividad hortofrutícola (28,86%). Del total de cooperativas agroalimentarias, 2.841 pertenecen a la asociación Cooperativas Agroalimentarias de España (CCAE).

Aunque la producción está repartida a lo largo y ancho de la geografía nacional, el volumen principal se encuentra localizado especialmente en la zona sur y levante: Andalucía (26%), Comunidad Valenciana (21%), Región de Murcia (10%), Cataluña (7%), Castilla-La Mancha (7%), Castilla y León (6%), Extremadura (5%), Canarias (5%), Aragón, 4%.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Sdad. de Compras Modernas, S.A. (SOCOMO) *	525,27
AMC Grupo Alimentación Fresco y Zumos, S.A. *	490,00
Anecoop, S. Coop. *	482,30
Grupo AN *	463,71
ARC Eurobanan, S.L. *	351,00
Edeka Fruchtkontor España, S.L. *	340,00
Sanlucar Fruit, S.L. - Grupo	252,90
Coop. Acorex *	242,00
S.A.T. 9359 Bonnysa – Grupo *	187,27
E. Martinavarro, S.A.	185,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

El principal grupo hortofrutícola español registró unas ventas de cerca de 530 millones de euros, mientras que el segundo llegó hasta los 400 millones de euros, el tercero rondó los 482 millones de euros, el cuarto se quedó en 464 millones de euros y el quinto alcanzó los 351 millones de euros. Entre 242 y 340 millones de euros aparecen otros tres grupos, mientras que entre 100 y 183 millones de euros se sitúan 22 operadores. Existen seis grandes centrales de compras, con una facturación conjunta de más de 1.200 millones de euros, pero también unos 10.000 operadores entre centrales de manipulado, subastas y comercializadoras que funcionan como intermediarios. La red de Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias comercializó en 2012 un volumen próximo de 4,5 millones de toneladas de frutas, hortalizas y patatas, por un valor superior a 4.000 millones de euros.





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, Mercamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mercasantander, 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 1.200 empresas de distribución mayorista de frutas y hortalizas, que en 2012 comercializaron más de 4,5 millones de toneladas, incluyendo las ventas dentro de los mercados mayoristas y las realizadas en las Zonas de Actividades Complementarias de las Mercas, cuya importancia es cada vez mayor.

El valor global de la comercialización de frutas, hortalizas y patatas en la Red de Mercas es de 4.050 millones de euros.

A través de los Mercas se comercializa en torno al 50% del consumo nacional en frutas y hortalizas frescas.

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	1.951	1,6
MERCALICANTE	68.187	78,3
MERCASTURIAS	76.625	75,4
MERCABADAJOZ	10.230	9,5
MERCABARNA	1.256.165	1.003,5
MERCABILBAO	212.075	201,6
MERCACÓRDOBA	56.799	42,6
MERCAGALICIA	56.869	48,4
MERCAGRANADA	130.408	96,4
MERCAIRUÑA	31.849	31,2
MERCAJEREZ	43.329	29,5
MERCALASPALMAS	187.604	189,0
MERCALEÓN	17.417	18,2
MERCAMADRID	1.143.081	1.098,6
MERCAMÁLAGA	162.192	193,6
MERCAMURCIA	77.771	71,0
MERCAPALMA	160.419	155,7
MERCASALAMANCA	52.710	40,8
MERCASANTANDER	33.038	30,0
MERCASEVILLA	235.601	218,3
MERCATENERIFE	100.970	108,6
MERCAVALENCIA	260.579	213,7
MERCAZARAGOZA	104.045	94,6
TOTAL RED	**4.479.912**	**4.050,1**

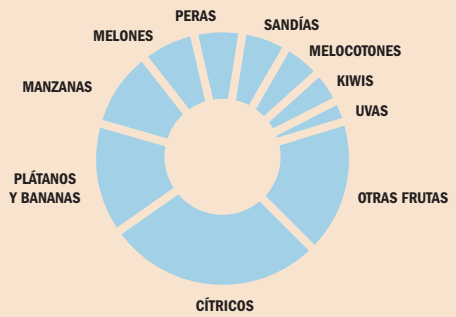
Datos de 2012.

FUENTE: Mercasa.



COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS FRESCAS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2012)

Cítricos	28
Plátanos y Bananas	14
Manzanas	10
Melones	7
Peras	6
Sandías	6
Melocotones	5
Kiwis	4
Uvas	3
Otras Frutas	17

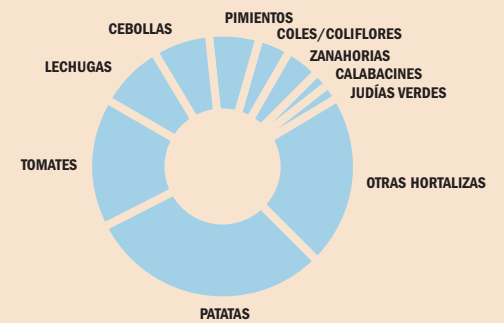


FUENTE: Mercasa.



COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2012)

Patatas	30
Tomates	16
Lechugas	8
Cebollas	7
Pimientos	6
Coles/Coliflores	4
Zanahorias	4
Calabacines	2
Judías Verdes	2
Otras Hortalizas	21



FUENTE: Mercasa.

uvasdoce



La uva forma parte de la dieta Mediterránea y te ayuda a llevar un estilo de vida sano y equilibrado. Descubre...

El sabor del Mediterráneo

CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 2.870,6 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 4.549,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 62,3 kilos de consumo y 98,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (14,8 kilos por persona y año), lo que representa un 23,8% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,5 kilos per cápita y 12% del consumo total) y de los pimientos (5 kilos per cápita y 8% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 4,7 kilos por persona al año (7,5% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 20,6%, con un total de 20,4 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,2% y un total de 9,1 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,2% del gasto total en hortalizas frescas (8,1 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 7,3% y 7,2 euros por persona.



CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	**2.870,6**	**62,3**	**4.549,8**	**98,8**
TOMATES	683,6	14,8	937,9	20,4
CEBOLLAS	344,6	7,5	331,5	7,2
AJOS	40,7	0,9	159,1	3,5
COLES	91,3	2,0	91,3	2,0
PEPINOS	119,2	2,6	145,2	3,2
JUDÍAS VERDES	104,3	2,3	301,6	6,5
PIMIENTOS	231,8	5,0	371,0	8,1
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	60,8	1,3	216,3	4,7
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	215,8	4,7	419,3	9,1
ESPÁRRAGOS	31,3	0,7	60,1	1,3
VERDURAS DE HOJA	64,9	1,4	117,4	2,5
BERENJENAS	81,7	1,8	110,3	2,4
ZANAHORIAS	163,8	3,6	150,4	3,3
CALABACINES	174,2	3,8	244,0	5,3
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	462,7	10,0	894,3	19,4
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	137,1	3,0	370,3	8,0
VERDURAS Y HORTALIZAS ECOLÓGICAS	358,6	7,8	589,4	12,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

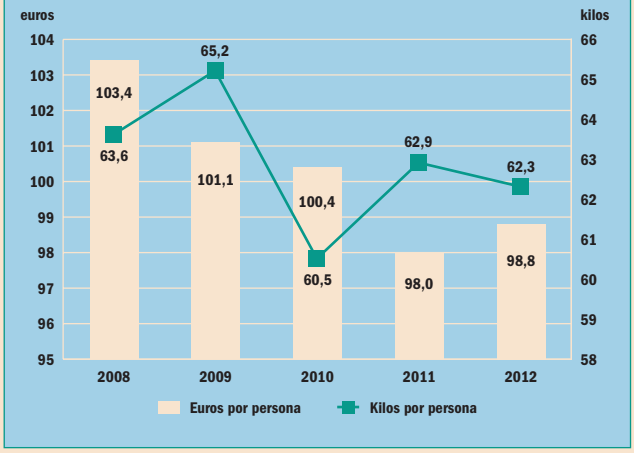
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja y media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de hortalizas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 10.000 y 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 Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Extremadura y Asturias.

Evolución de la demanda

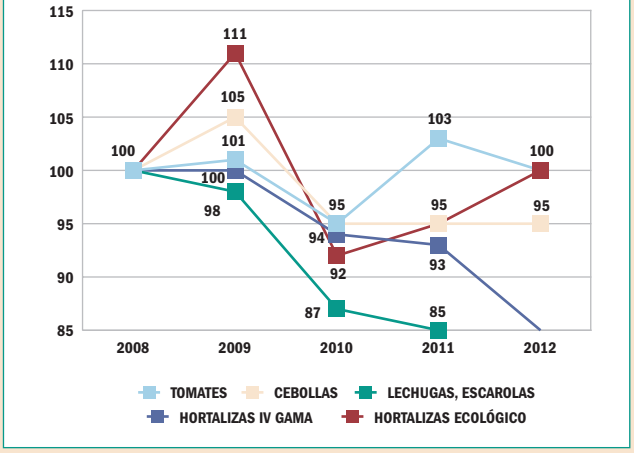
Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha descendido 1,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado una caída de 4,6 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2009 (65,2 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (103,4 euros por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de tomates y hortalizas ecológicas se mantiene estable, mientras que en cebollas, hortalizas de IV gama, lechugas, escarolas y endivias se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2008=100), 2008-2012

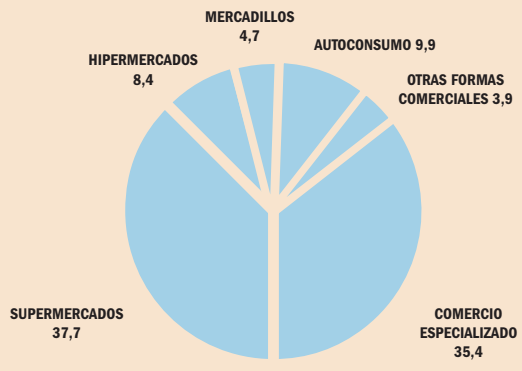


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 62,3 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas a los supermercados (37,7% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 35,4%, mientras que el autoconsumo concentra el 9,9%. El hipermercado, por su parte, supone el 8,4%, mientras que los mercadillos acaparan el 4,7% Las otras formas comerciales representan el 3,9% restante.

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 1.391,8 millones de kilos de patatas y gastaron 997,9 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 30,2 kilos de consumo y 21,7 euros de gasto.
El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (23,1 kilos por persona y año), seguido de las patatas procesadas (1,2 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (0,9 kilo per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 66,8%, con un total de 14,5 euros por persona, las patatas procesadas el 28,1% con un total de 6,1 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 5,1% y 1,1 euros por persona.



CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PATATAS	**1.391,8**	**30,2**	**997,9**	**21,7**
PATATAS FRESCAS	1.065,6	23,1	668,5	14,5
PATATAS CONGELADAS	43,3	0,9	51,7	1,1
PATATAS PROCESADAS	56,6	1,2	277,7	6,1

Diferencias en la demanda

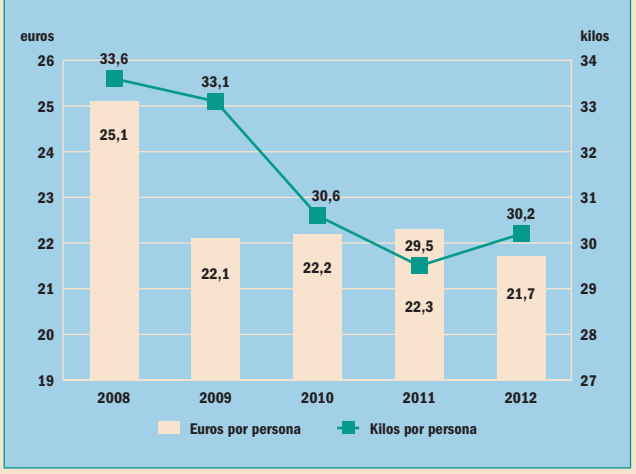
En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- 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 sin niños consumen más cantidad de patatas, 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 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 grandes municipios (más de 100.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de patatas, mientras que los menores consumos tienen lugar en 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 retirados, parejas adultas sin hijos, adultos y jóvenes 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, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Asturias y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Extremadura y, sobre todo, La Rioja.

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de patatas ha caído 3,4 kilos por persona y el gasto ha descendido 3,4 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2008 (33,6 kilos y 25,1 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PATATAS, 2008-2012

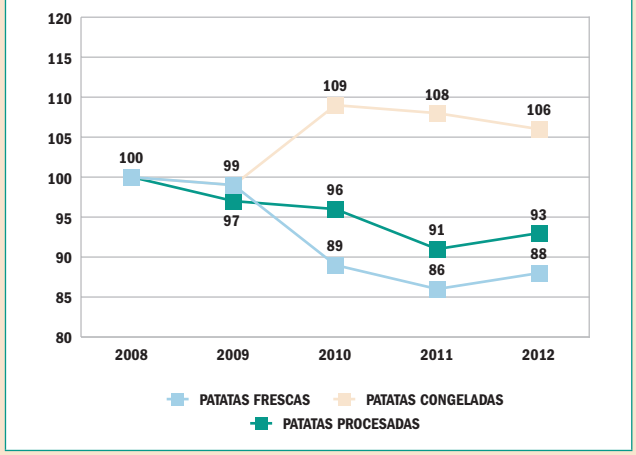




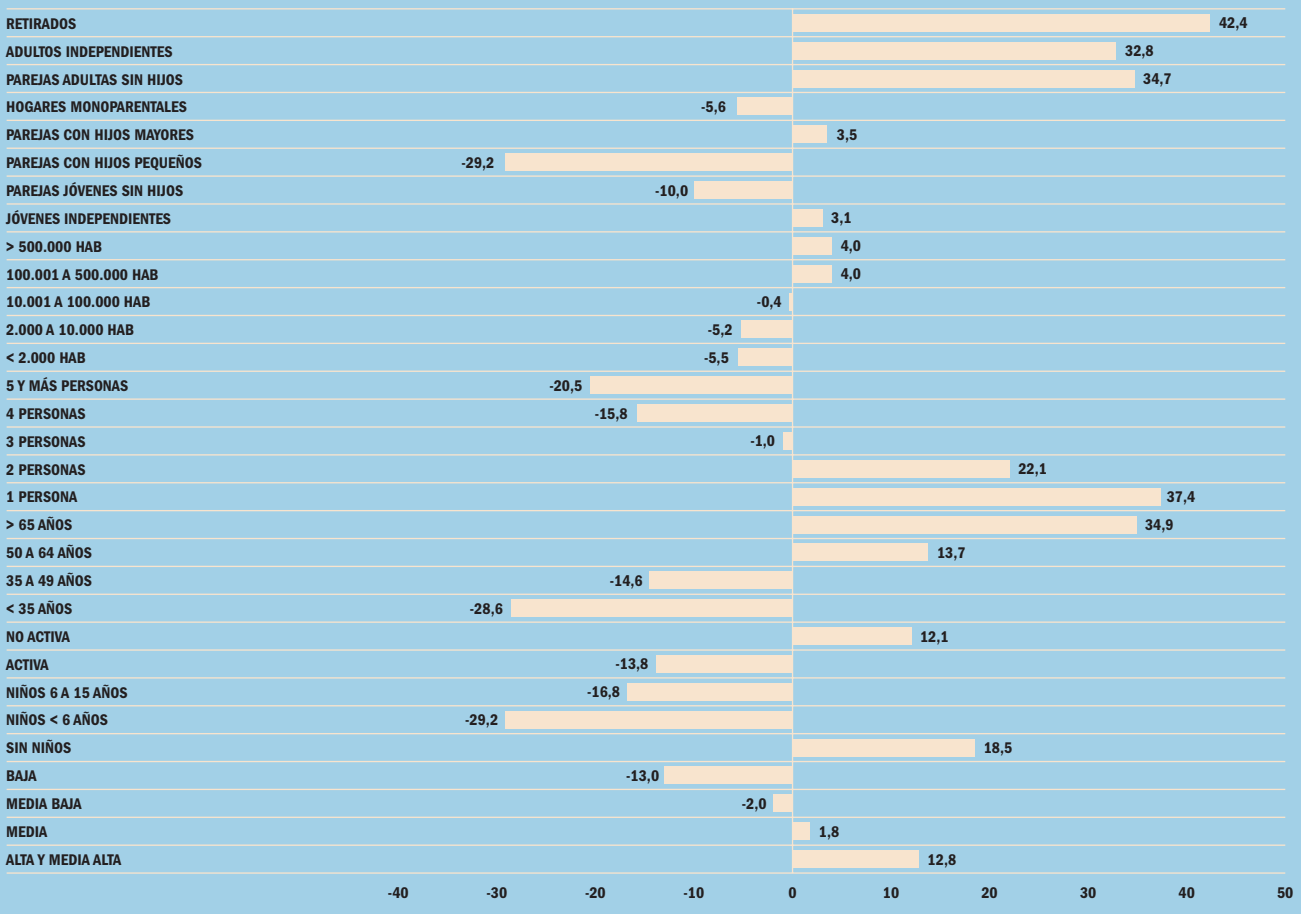


En la familia de patatas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de patatas congeladas aumenta y, por el contrario, en patatas procesadas y frescas se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PATATAS (2008=100), 2008-2012

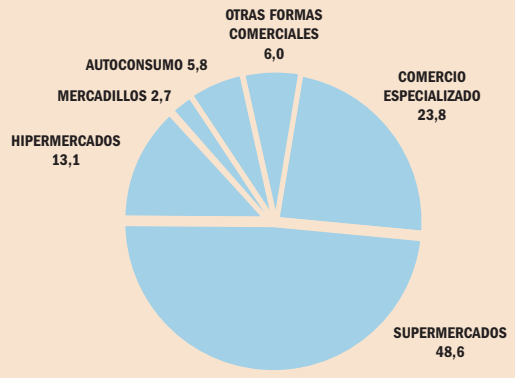


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PATATAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 30,2 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PATATAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (48,6% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 23,8%, mientras que el hipermercado concentra el 13,1%. El autoconsumo representa un 5,8%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 2,7%. Las otras formas comerciales acaparan el 6% restante.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 4.781 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 6.214,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 103,8 kilos de consumo y 134,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (26,9 kilos por persona y año), lo que representa un 25,9% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (17,9 kilos per cápita y 17,2% del consumo total) y de las manzanas (11,6 kilos per cápita y 11,2% de consumo). Por su parte, los plátanos representan consumos menores, alcanzando los 11,4 kilos por persona al año (11% del consumo total de frutas frescas).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 19,1%, con un total de 25,8 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 12,1% y un total de 16,3 euros por persona. A continuación, se encuentran los melones y sandías, que alcanzan el 11% del gasto total en frutas frescas (14,9 euros por persona); y las manzanas, con un porcentaje del 10,8% y 14,6 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	**4.781,0**	**103,8**	**6.214,3**	**134,9**
NARANJAS	922,1	20,0	816,3	17,7
MANDARINAS	318,0	6,9	375,0	8,1
LIMONES	104,4	2,3	142,0	3,1
PLÁTANOS	525,5	11,4	753,0	16,3
MANZANAS	534,1	11,6	671,7	14,6
PERAS	307,6	6,7	390,2	8,5
MELOCOTONES	204,4	4,4	307,3	6,7
ALBARICOQUES	42,2	0,9	82,3	1,8
FRESAS Y FRESONES	130,0	2,8	322,4	7,0
MELÓN	422,1	9,2	387,8	8,4
SANDÍA	401,0	8,7	298,1	6,5
CIRUELAS	80,9	1,8	128,5	2,8
CEREZAS	59,9	1,3	178,8	3,9
UVAS	102,9	2,2	203,3	4,4
KIWI	157,1	3,4	339,3	7,4
AGUACATE	35,8	0,8	90,2	2,0
PIÑA	91,9	2,0	129,8	2,8
OTRAS FRUTAS FRESCAS	341,0	7,4	598,5	13,0
FRUTAS IV GAMA	98,3	2,1	149,5	3,2
FRUTAS ECOLÓGICAS	421,2	9,1	601,5	13,1

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

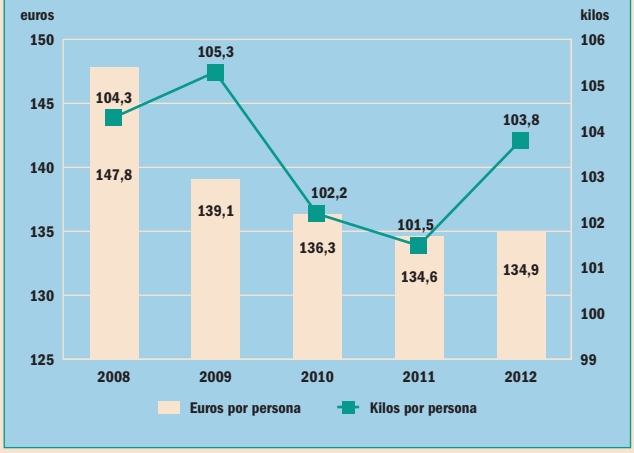
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirado, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes, 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 las parejas con hijos mayores.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Aragón y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Murcia y Canarias.*

Evolución de la demanda

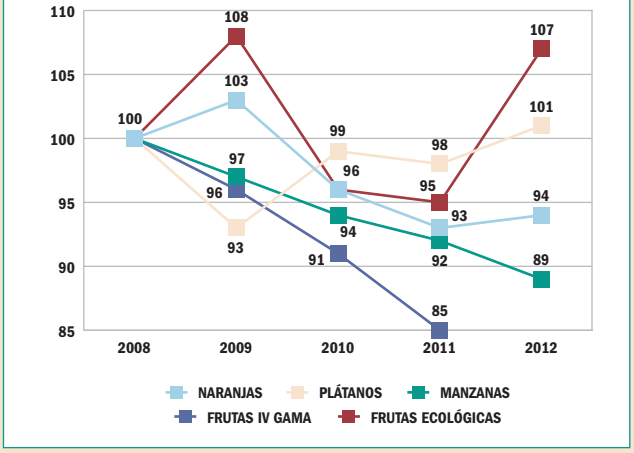
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas ha descendido 0,5 kilos por persona y el gasto ha experimentado una caída de 12,9 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2009 (105,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (147,8 euros por consumidor).

En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de frutas ecológicas y plátanos aumenta y, por el contrario, en naranjas, manzanas y frutas de IV gama se produce un descenso.

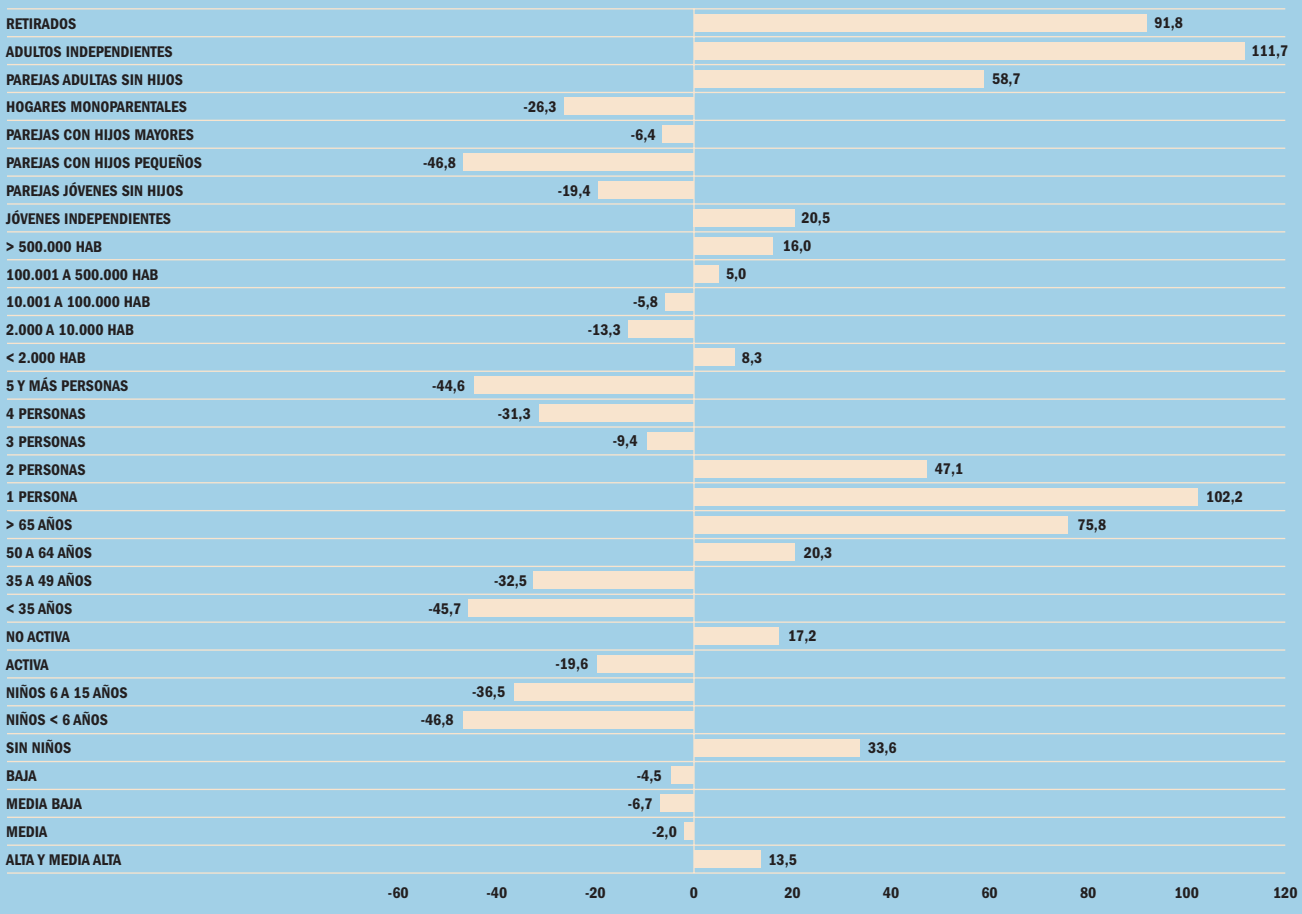
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS FRESCAS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS FRESCAS (2008=100), 2008-2012

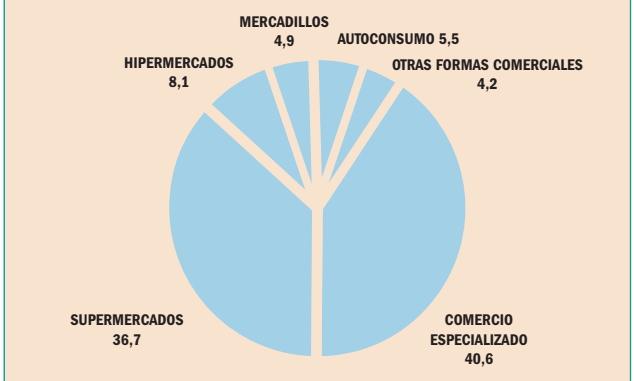


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 103,8 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los establecimientos especializados (40,6% de cuota de mercado). Los supermercados alcanzan en estos productos una cuota del 36,7%, mientras que el hipermercado concentra el 8,1%. El autoconsumo, por su parte, supone el 5,5%, mientras que los mercadillos acaparan el 4,9%. Las otras formas comerciales representan el 4,2% restante.

Productos vegetales congelados

La producción española de vegetales congelados durante 2012 llegó hasta 438.730 toneladas, lo que supuso una reducción interanual del 14,4%. Atendiendo a su volumen, la principal partida fue la de los guisantes, con el 15,5% del total. A continuación se sitúan las judías verdes (13,3%), el brócoli (12,8%), los pimientos (11,4%), las espinacas (7,3%), las zanahorias (5,4%), las patatas (4,6%), las cebollas (4,6%), la coliflor (4,3%), los calabacines (3,5%), el maíz (2,5%), las berenjenas (1,9%), las habas (1%) y las alcachofas (0,8%). Todas las otras ofertas representan en pequeños porcentajes el restante 11,1%.

Por lo que hace referencia al mercado interior y dentro de las referencias básicas, las judías acapararon un 29,8% de todas las ventas en volumen y un 27% en valor. En segundo lugar aparecen los guisantes, con cuotas respectivas del 24,6% y del 27%, seguidos por las ensaladillas (16,8% y 18,7%), las menestras (15,6% y 14,8%) y las espinacas (13,2% y 12,5%). Entre las especialidades, las mayores ventas en volumen fueron las de coliflor (12,2%), mezclas (11,5% del total), habas (10,8%), brócoli (10,3%), cebollas (9,4%) y alcachofas (9%). Atendiendo a su valor de mercado, las partidas más importantes resultaron ser las de habas (18,4%), alcachofas (17,4%), condimentos (13,1%), mezclas (8,2%), coliflor (7,1%), cebollas (6,8%) y brócoli (6,6%). Durante el pasado ejercicio, las ventas de vegetales congelados cayeron un 1,2% en volumen, lastradas sobre todo por las caídas de las presentaciones básicas (-2%). El valor total de ese mercado fue de unos 173,1 millones de euros, apenas un 0,1% menos que en 2011. ●

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un recurso fundamental para el mantenimiento del sector español de conservas vegetales. El año 2012 no ha arrojado un buen resultado, ya que las ventas en el exterior se redujeron en un 7,8%, hasta quedar en 221.315 toneladas. Las partidas que experimentaron unas caídas más significativas fueron las de los guisantes (-23,4%) y brócoli (-20,1%), ya que su importancia en el comercio exterior es muy grande. Los primeros llegaron, no obstante, hasta las 18.510 toneladas y el segundo hasta las 64.325 toneladas. Otras partidas exportadas importantes son las de los pimientos, con 34.730 toneladas (+15,3%), la coliflor, con 11.760 toneladas (+18,3%), las espinacas, con 10.150 toneladas (-9%), los calabacines, con 9.520 toneladas (+1,2%), las judías verdes planas, con 8.090 toneladas (+30,8%) y las cebollas, con 6.830 toneladas (+0,1%). La mayor parte de estas exportaciones se han dirigido preferentemente hacia otros países de la Unión Europea, pero los principales grupos españoles están intentando ganar cuotas de ventas en algunos mercados emergentes, a pesar de las dificultades arancelarias y de la distancia a esos países. Las importaciones son también muy importantes y rondan las 350.000 toneladas anuales, a las que hay que añadir 120.000 toneladas de patatas prefritas. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de vegetales congelados está en manos de grandes grupos que, a menudo, tienen una significativa presencia de capitales internacionales. Durante los últimos años se han producido algunas fusiones que han tendido a forzar más la concentración en la cúpula de la estructura empresarial. La principal empresa productora y comercializadora de vegetales congelados en nuestro país tiene un volumen de producción de 214.000 toneladas y unas ventas de 213 millones de euros, mientras que la segunda llega a las 88.300 toneladas y los 84,5 millones de euros. Los dos siguientes operadores registran unas ventas de 77,2 y 70 millones de euros respectivamente. Las marcas de distribución tienen una presencia muy significativa en la distribución moderna y acaparan el 87,2% de todas las ventas de vegetales congelados en volumen y el 73,9% en valor. Esos porcentajes son todavía más elevados en las especialidades, ya que representan el 91,1% y el 81,3% respectivamente. Dentro del segmento de las patatas prefritas, la presencia de las marcas blancas es algo menos hegemónica, con cuotas del 45,1% en volumen y del 38,4% en valor. En este caso, la preponderancia de empresas extranjeras tiende a ser muy significativa. El principal grupo alcanza una producción de 64.200 toneladas, mientras que el segundo llega a las 31.700 toneladas y el tercero se queda en 29.000 toneladas. ○





Conservas vegetales

El mercado de conservas vegetales en España muestra una clara atonía y sus principales ofertas tienden a perder cuotas de ventas durante los últimos años. Así, durante el pasado ejercicio las ventas en libreservicio cayeron un 2,3% en volumen y un 0,4% en valor. En el caso de las conservas de frutas, las caídas son también una constante. El mercado interior de conservas vegetales se sitúa en torno a 274.270 toneladas, por un valor de 528,25 millones de euros, a los que hay que añadir otras 86.130 toneladas de conservas de legumbres, por un valor de 74,4 millones de euros. En este último caso, la partida más importante en volumen es la de garbanzos (45,8% del total en volumen y 42,9% en valor), seguida por las de alubias (42,2% y 44,7%), lentejas (11,8% y 12,1%) y combinados (0,2% y 0,3%).

Por lo que hace referencia a las conservas vegetales, las que registran mayores ventas en volumen son las de tomate, con el 34,2% del total, aunque en valor su participación disminuye hasta el 16,6%. Justo lo contrario ocurre con las conservas de espárragos, ya que en volumen representan el 12,1%, pero en valor llegan hasta el 24,3%. A continuación se sitúan las conservas de maíz (11,2% en volumen y 11,4% en valor), champiñón (8,1% y 9,1%), pimiento (7% y 10,8%), judías verdes (6,9% y 4,2%), guisantes (5,2% y 4,7%), alcachofas (3,8% y 7,2%), macedonias (1,7% y 1,1%), zanahoria rallada (1,4% y 1,1%) y palmito (0,5% y 1,2%). Todas las otras presentaciones acaparan los restantes 8,2% en volumen y 8,3% en valor.

Por último, las conservas de frutas tienen dos grandes presentaciones, la piña en almíbar, con porcentajes del 55,4% del total del mercado en volumen y del 57,7% en valor y los melocotones, con cuotas respectivas del 36,1% y del 29,6%. Las demás conservas de frutas suponen los restantes 8,6% y 12,7%. Durante el año pasado las ventas de conservas de melocotón cayeron un 11,4% en volumen y un 3,3% en valor. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La atonía del mercado, con caídas en las ventas de algunas de las presentaciones más tradicionales, y el encarecimiento de la materia prima constituyen dos factores que han creado un escenario sumamente complicado para las empresas del sector español de conservas vegetales. Algunas empresas han cerrado y se han registrado algunos movimientos de concentración empresarial para, ganando volumen, soportar los efectos de la crisis. También algunos de los principales operadores del sector han incursionado en líneas de negocio cercanas, como pueden ser la de los platos preparados, a la vez que refuerzan sus estrategias de internacionalización. Por último, hay que señalar que entre los principales grupos del sector se encuentran algunas filiales de importantes compañías multinacionales.

La principal empresa de conservas vegetales y de frutas de nuestro país tiene una producción de 160.000 toneladas y una facturación de unos 190 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta las 119.800 toneladas y los 156 millones de euros, la tercera se queda en 91.600 toneladas y 105 millones de euros y la cuarta ronda las 145.000 toneladas y los 90 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado. Acaparan el 51,9% de todas las ventas en volumen de conservas de frutas, el 83,3% de las de tomate, el 55,7% de las de espárragos y el 72,3% de las de maíz. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Hero España, S.A. *	211,49
Conservas El Cidacos, S.A. *	167,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	160,70
Grupo Riberebro *	148,00
Juver Alimentación, S.L. *	147,86
Grupo Helios *	135,00
Heinz Ibérica, S.A. *	130,00
Coop. Alimentos del Mediterráneo *	115,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	102,30
Bonduelle Ibérica, S.A.U. *	83,27

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de conservas vegetales constituyen una válvula de escape para muchas de las empresas del sector, ya que sus volúmenes de producción solo pueden mantenerse gracias a las ventas en el exterior. Hasta ahora la mayoría de las exportaciones se dirigen hacia otros países de la Unión Europea, pero las principales conserveras de nuestro país están apostando por los mercados emergentes y hay planes para impulsar las ventas en países como Rusia, México, China, India o Perú. Durante 2012 se exportaron unas 375.520 toneladas de conservas vegetales, un 5,6% más que en el año anterior, por un valor de 375,5 millones de euros (+5,6%). El comportamiento de las principales partidas exportadas fue muy variable, ya que el maíz creció un 156,1%, llegando hasta 21.020 toneladas y el tomate mantuvo sus cifras de exportación, mientras se reducían las ventas de conservas de alcachofas en un 15,4% (22.080 toneladas) y de champiñón, en un 16% (29.220 toneladas).

En el caso de las exportaciones de conservas de frutas, las de melocotón se redujeron en un 6,7% (37.650 toneladas) y las de satsuma en un 35,3% (17.450 toneladas). Por países, los principales clientes fueron Francia (20,4% del total en volumen y 19% en valor), Reino Unido (19,4% y 15,7%), Portugal (13% y 10,5%), Alemania (12,2% y 15,7%), Italia (8,4% y 7,2%), Países Bajos (5,8% y 4,9%), Estados Unidos (2,8% y 5,6%), Bélgica (2,4% y 2,2%) y Japón (2,1% en volumen y valor).

Las importaciones son bastante menos importantes y rondan las 120.000 toneladas anuales de conservas vegetales y 80.000 toneladas de conservas de frutas. Durante 2012 se importaron 22.530 toneladas de conservas de espárragos (-18,8%) provenientes básicamente de China y Perú, 35.480 toneladas de conservas de maíz (+37,3%) que venían casi en exclusividad de Francia, 10.520 toneladas de conservas de pimiento (-32,8%) y 37.950 toneladas de conservas de piña (-17,6%). ○

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron cerca de 604,1 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron en torno a 1.260,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,11 kilos de consumo y 27,37 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (9,88 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un consumo de 3,24 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 5,12 kilos al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 77,7% del gasto, con un total de 21,28 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 22,3% y un total de 6,09 euros por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 24,2% del total de los productos hortofrutícolas transformados (6,62 euros per cápita). ○

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	**604,1**	**13,11**	**1.260,9**	**27,37**
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	454,9	9,88	980,5	21,28
GUISANTES	9,7	0,21	21,7	0,47
JUDÍAS VERDES	13,0	0,28	18,8	0,41
PIMIENTOS	15,1	0,33	59,1	1,28
ESPÁRRAGOS	25,1	0,55	125,5	2,72
ALCACHOFAS	8,3	0,18	36,7	0,80
CHAMPIÑONES Y SETAS	20,4	0,44	58,0	1,26
MAÍZ DULCE	19,5	0,42	57,3	1,24
MENESTRA	3,7	0,08	6,7	0,15
TOMATES	235,8	5,12	305,1	6,62
TOMATE FRITO	162,2	3,52	223,5	4,85
TOMATE NATURAL	73,6	1,60	81,6	1,77
TOMATE NATURAL ENTERO	10,7	0,23	11,9	0,26
TOMATE NATURAL TRITURADO	62,9	1,36	69,7	1,51
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	17,8	0,39	47,7	1,04
FRUTA EN CONSERVA	86,4	1,87	244,0	5,30
MERMELADAS, CONFITURAS	31,1	0,68	111,0	2,41
FRUTA ALMÍBAR	46,5	1,01	99,5	2,16
FRUTA ESCARCHADA	1,0	0,02	6,3	0,14
RESTO FRUTA CONSERVA	7,8	0,17	27,2	0,59
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	149,2	3,24	280,4	6,09
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	148,2	3,22	276,7	6,01
ESPINACAS	15,2	0,33	25,7	0,56
GUISANTES	26,0	0,56	42,8	0,93
JUDÍA VERDE	36,2	0,79	48,5	1,05
COLIFLOR	4,4	0,10	7,6	0,16
PIMIENTOS	1,6	0,04	3,5	0,08
BRÓCOLI	4,5	0,10	8,3	0,18
MENESTRA	16,4	0,36	30,0	0,65
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	43,9	0,95	110,3	2,39
FRUTAS CONGELADAS	1,0	0,02	3,6	0,08

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

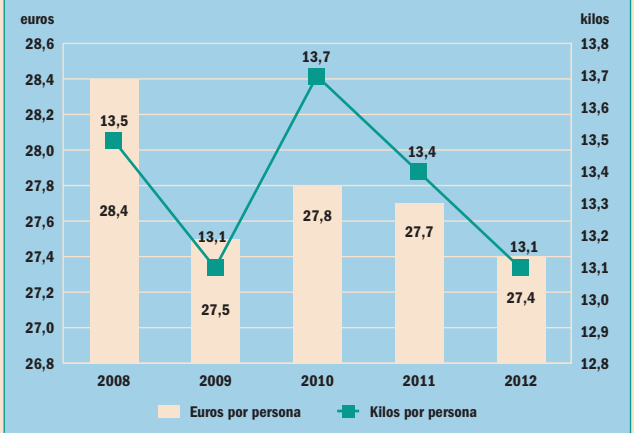
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 que tiene menos de 35 años.*
- *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 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 jóvenes y adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos, parejas jóvenes sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Madrid, Cantabria y Castilla-La Mancha cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Galicia y Navarra.*

Evolución de la demanda

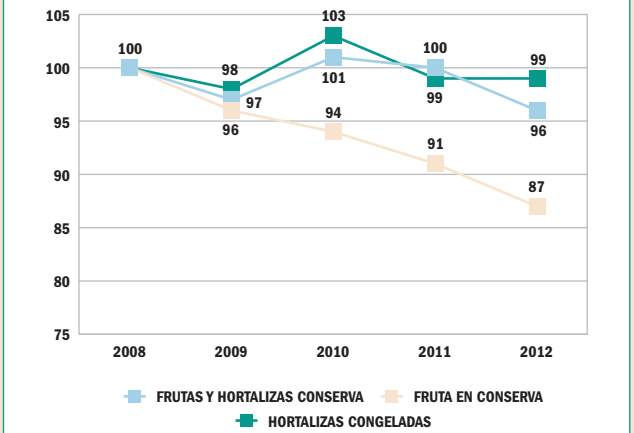
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas ha caído 0,4 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 1 euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2010 (13,7 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (28,4 euros por consumidor).

En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de hortalizas congeladas, frutas y hortalizas en conserva y frutas en conserva frutas y hortalizas en conserva experimenta un descenso.

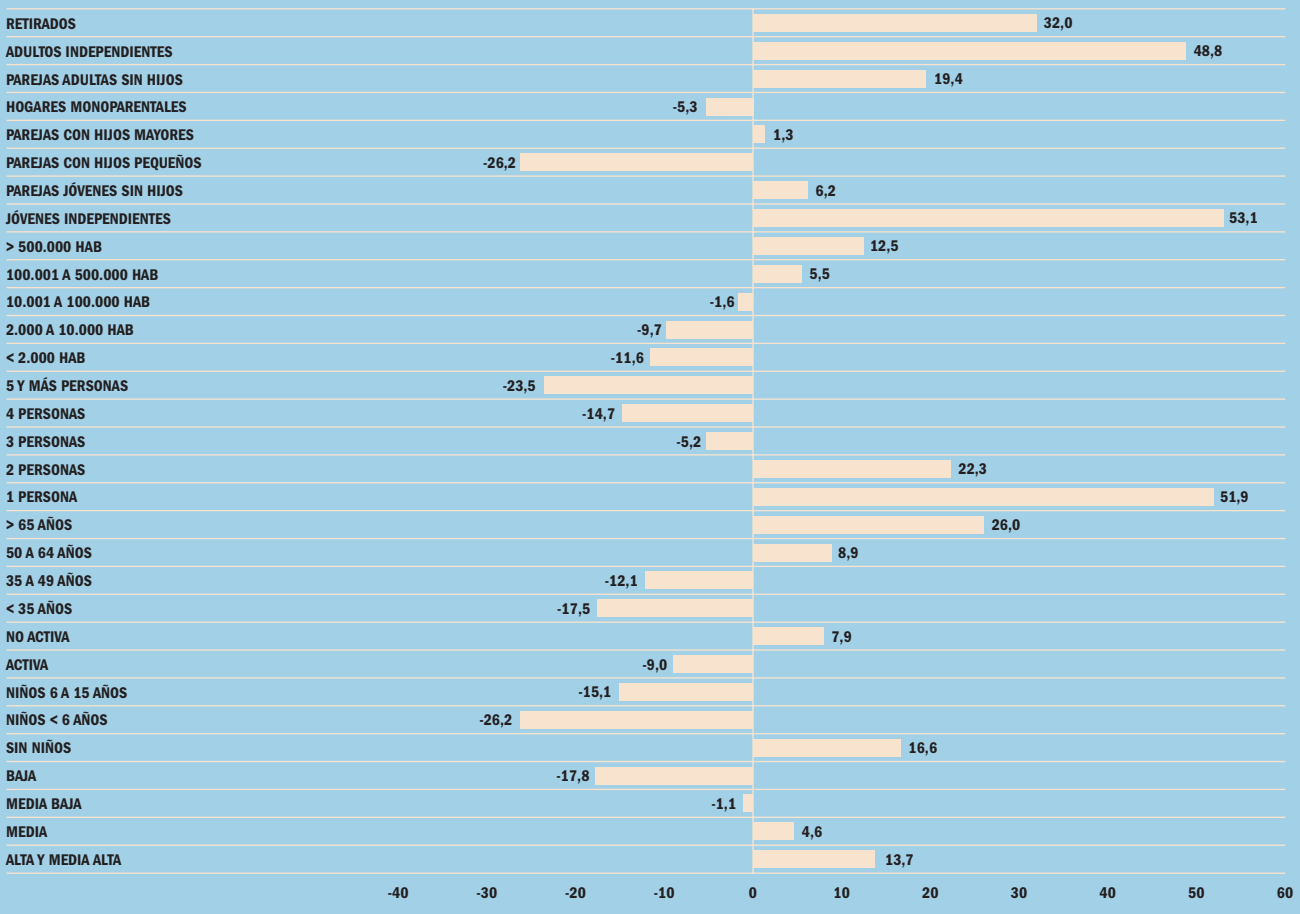
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS, 20087-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS (2008=100), 2008-2012

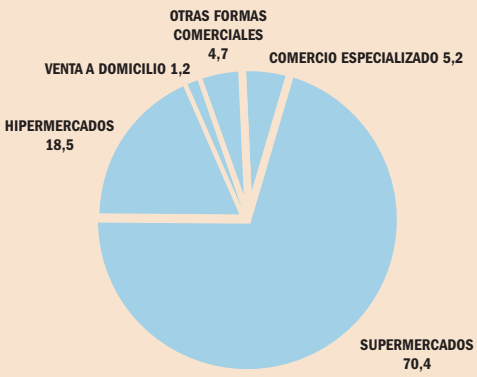


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012

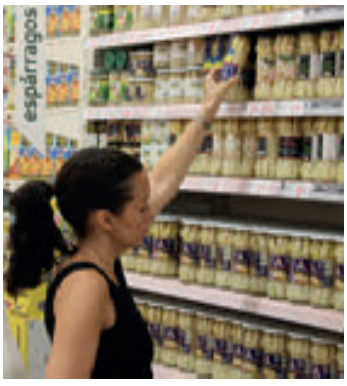


** Media nacional = 13,1 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (70,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 18,5% y los establecimientos especializados llegan al 5,2%. La venta a domicilio supone el 1,2% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 4,7% restante.

Zumos

El mercado español de zumos y néctares durante 2012 llegó hasta cerca de 1.050 millones de litros, lo que supone que nuestro país representa casi el 10% del mercado europeo, por detrás tan solo de Alemania, Francia y Reino Unido. Según todas las estimaciones disponibles durante el pasado ejercicio se registraron reducciones en las demandas que se sitúan en torno al 13% en volumen y el 9,5% en valor. Atendiendo a los sabores, los zumos y néctares más demandados fueron los de naranja (27,6% del total), seguidos por los de piña (20,1%), melocotón (18,7%), mezcla de sabores (14,7%), manzana (4,1%) y uva (2%). Todas las otras presentaciones representan el restante 12,8%.

Durante el pasado ejercicio los néctares acapararon el 57,5% de todas las ventas, mientras que el restante 42,5% correspondió a los zumos. En el primer caso, la práctica totalidad estuvo formada por néctares ambiente, mientras que, entre los zumos, el 90,8% estuvo compuesto por zumos ambiente y el restante 9,2% por zumos refrigerados. El 82,9% de la oferta total de zumos provino de concentrados.

Las partidas que han tenido unos mejores comportamientos durante el último ejercicio han sido los zumos con leche, dirigidos básicamente al público infantil, y los zumos refrigerados.





ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España se encuentran en actividad unas 40 empresas productoras y comercializadoras de zumos y néctares, de las que 20 pertenecen a la asociación sectorial ASOZUMOS que cuantitativamente representan el 70% de la producción nacional. Las empresas del sector dan empleo directo a 4.000 personas, además de generar otros 10.000 empleos indirectos. El primer grupo del sector registra una producción de 660 millones de litros, con unas ventas de 405 millones de euros, mientras que el segundo llega a 260 millones de litros y 156 millones de euros y el tercero ronda los 105 millones de litros y 110 millones de euros. Entre los 13 y los 63 millones de litros aparecen otras seis empresas.

Las marcas de distribución tienen una gran importancia en este sector y representan el 75,5% del total de ventas en volumen dentro de los zumos refrigerados, el 65,1% entre los zumos ambiente y el 49,2% entre los zumos con leche. El 95,7% de los zumos y néctares comercializados con marca de fabricante constituye el porcentaje de los diez principales grupos del sector.

PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y MOSTOS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Coca-Cola España *	3.000,00
Grupo J. García Carrión *	650,00
AMC Grupo Alimentación Fresco y Zumos, S.A.*	490,00
Pepsico Bebidas Iberia *	450,00
Schweppes, S.A. *	345,00
Refresco Iberia, S.L. *	228,80
Hero España, S.A. *	211,49
Grupo Leche Pascual, S.A. (División Bebidas) *	180,00
Juver Alimentación, S.L. *	147,86
Desarrollos Alimentarios Frescos, S.A. (Dafsa) *	115,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior español de zumos y néctares arroja un balance claramente positivo para nuestro país, ya que las exportaciones durante 2012 llegaron hasta 773.930 toneladas, por un valor de 652,1 millones de euros, frente a unas importaciones de 181.910 toneladas, con un valor de 212,3 millones de euros. Las exportaciones registraron una reducción interanual del 1% en volumen, con un aumento del 2,2% en valor, mientras que las importaciones se redujeron en un 13,7% en volumen y en un 5,8% en valor.

Las principales partidas exportadas fueron las de zumos y néctares de naranja (33,2% del total en volumen y 26,6% en valor), de uva (25,7% y 31,7% respectivamente) y de limón y otros agrios (12% y 13,4%). En el caso de las importaciones, las partidas más importantes son las de naranja (34,4% en volumen y 42,5% en valor), de piña (22,9% y 19,2%) y de manzana (15,5% y 10,8%). Francia es el principal cliente de las exportaciones españolas de zumos, con el 40,7% del total en volumen y el 32,7% en valor, seguida por Reino Unido (11,3% y 12,9%) e Italia (9% y 7,2%). Nuestros principales proveedores son Países Bajos (19,2% y 23,4%), Francia (12,6% y 11,2%) y Alemania (11,3% y 9%).



CONSUMO Y GASTO EN ZUMO

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 504,2 millones de litros de zumo y gastaron 450,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 10,9 litros de consumo y 9,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ZUMO Y NÉCTAR	**504,2**	**10,9**	**450,4**	**9,8**
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	52,9	1,1	64,5	1,4
ZUMO CONCENTRADO	206,0	4,5	157,4	3,4
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	47,2	1,0	33,5	0,7
CONCENTRADO MELOCOTÓN Y MEZCLA	52,6	1,1	39,5	0,9
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	50,3	1,1	37,7	0,8
OTROS CONCENTRADOS	56,0	1,2	46,7	1,0
NÉCTARES	200,7	4,4	180,3	3,9
NÉCTAR LIGHT O SIN AZUCAR	132,4	2,9	105,5	2,3
ZUMOS DE HORTALIZAS	3,5	0,1	3,5	0,1
RESTO ZUMO Y NÉCTAR	41,0	0,9	44,7	1,0
ZUMOS ENRIQUECIDOS	133,7	2,9	117,0	2,5
ENRIQUECIDO CON CALCIO	0,1	0,0	0,2	0,0
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	125,9	2,7	106,1	2,3
ENRIQUECIDO CON CALCIO Y VITAMINAS	1,2	0,0	0,9	0,0
OTROS ZUMOS ENRIQUECIDOS	6,5	0,1	9,8	0,2

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de zumo durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

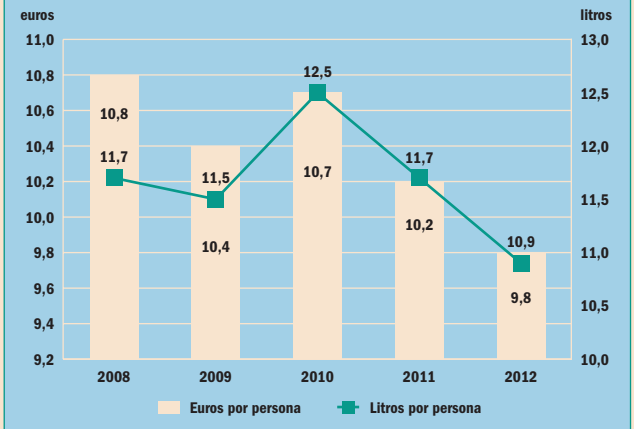
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de zumo, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de zumo es mayor.*
- *En los hogares donde compra una persona de menos de 35 años, el consumo de zumo 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 zumo, mientras que los índices más reducidos se registran en los hogares formados por 5 o más miembros.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de zumo, 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, parejas adultas sin hijos y retirados, 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, Canarias, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Cantabria y, sobre todo, Asturias.*

Evolución de la demanda

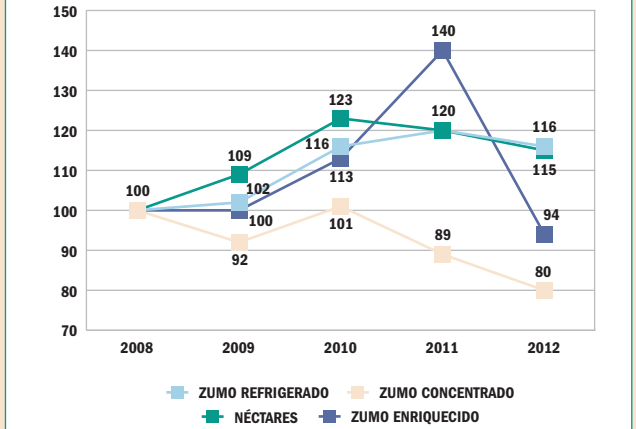
Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 0,8 litros por persona y el gasto ha experimentado una caída de 1 euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2010 (12,5 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (10,8 euros por consumidor).

En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de zumos refrigerados y néctares aumenta y, por el contrario, en zumos enriquecidos y concentrados se produce un descenso.

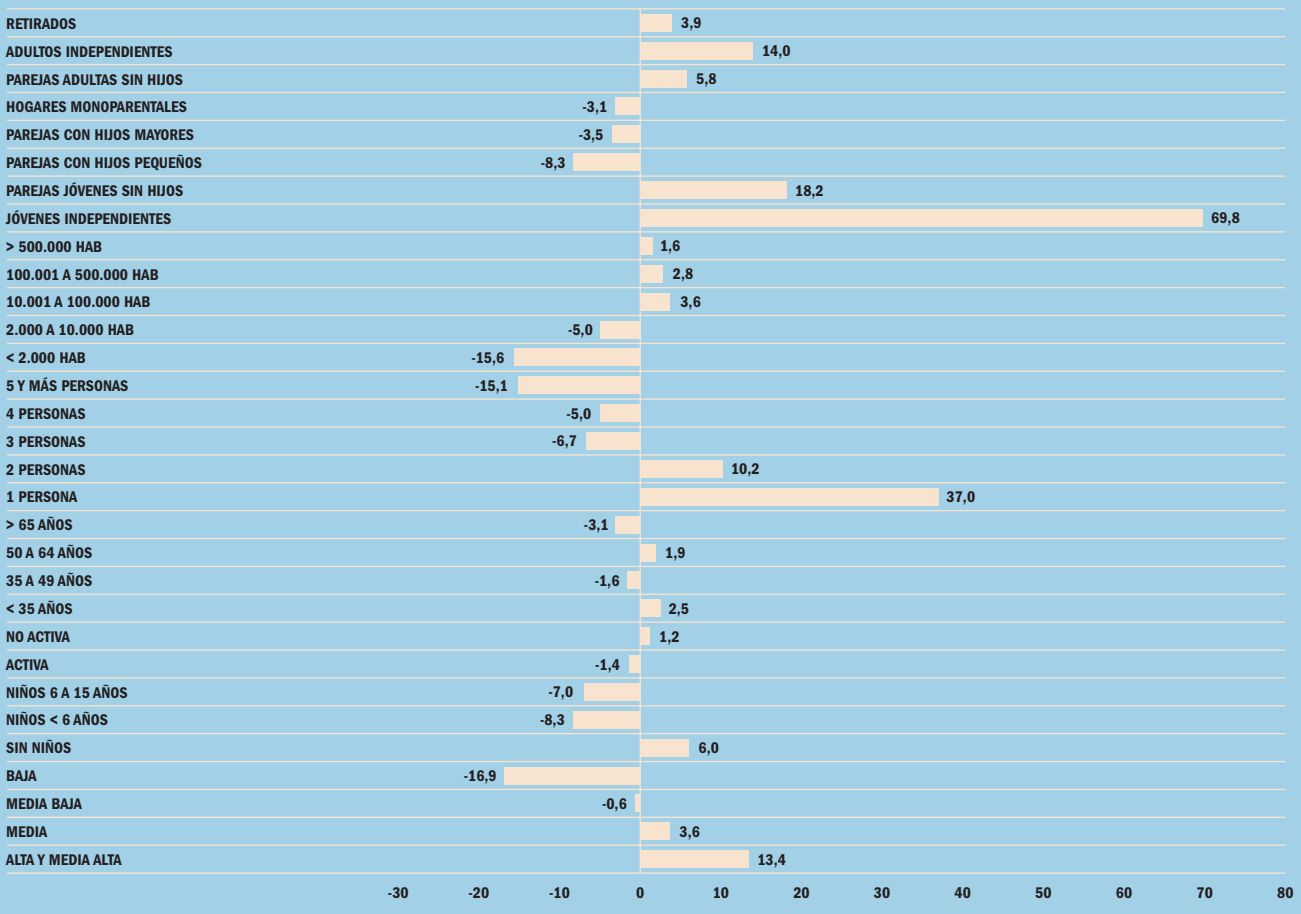
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ZUMO, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ZUMO (2007=100), 2008-2012

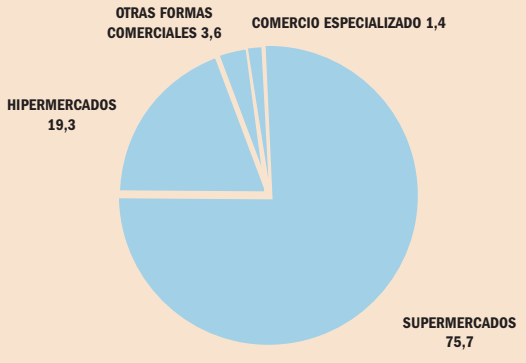


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ZUMO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 10,9 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumo a los supermercados (75,7% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 19,3%. Los establecimientos especializados representan el 1,4%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 3,6%.

Patatas fritas, frutos secos y snacks



El mercado español de productos de aperitivo creció durante 2012 en un 3,3% en volumen y en un 4% en valor, llegando hasta cerca de 284.900 toneladas y 1.890,3 millones de euros. La principal partida en volumen y valor es la formada por los frutos secos, con más de 165.370 toneladas (+3%) y algo menos de 1.050 millones de euros (+5,1%), seguida por las de patatas fritas, con algo menos de 64.320 toneladas (+2,5%) y 382 millones de euros (+0,6%), y los aperitivos fritos, extrusionados, pellets y otros, con 55.210 toneladas (+5%) y 460 millones de euros (+4,5%).

Dentro de los frutos secos, la principal oferta es la de las clásicas pipas, con el 26,4% de todas las ventas en volumen y el 21% en valor. A continuación se sitúan las nueces (12,6% y 15,8% respectivamente), los surtidos (15% y 13,8%), las almendras (7,4% y 11,8%), los pistachos (7,8% y 10,9%), los cacahuetes (18% y 9,9%), las avellanas (3,4% y 4,1%), los anacardos (2,4% y 3,6%), los piñones (0,4% y 3,2%), el maíz pequeño (3,5% y 2,9%), las nueces de Macadamia (0,2% y 0,7%) y el maíz grande (0,6% y 0,5%). Con porcentajes todavía más pequeños aparecen las habas, altramuces, aperitivos japoneses, coquitos y garbanzos. Dentro de las patatas fritas, las más demandadas son las lisas (42,8% del total en volumen y 41,9% en valor) seguidas por las artesanas (27,2% y 25,5%), las onduladas (19,8% y 18,3%), las de tubo (4,5% y 7,2%), las ligeras o sin sal (4,4% y 5,4%) y las patatas paja (1,3% y 1,7%). Dentro de los snacks, los más populares son los gusanitos (19,7% en volumen y 20,2% en valor), los triángulos (16% y 14,4%), el cóctel de snacks (11,9% y 10,7%), los fritos y tiras (8,8% y 5,4%), los conos (6,3% y 6,6%), las bolas (5,9% y 5,5%), los aros (4,3% y 4%) y las palomitas snack (4% y 4,1%). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Aunque el sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de productos de aperitivo está compuesto por unas 500 empresas, muchas de ellas de muy pequeñas dimensiones, los 18 grupos que forman parte de la Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) representan al 60% de toda la producción. Se calcula que los empleos directos e indirectos generados por todas las empresas del sector llegan a las 20.000 personas. Entre los grupos más importantes la penetración de capitales internacionales es bastante destacada y varios de esos grandes operadores son filiales de compañías multinacionales. La principal empresa del sector registra unas ventas de 375 millones de euros en su línea de snacks, con una producción de 70.000 toneladas. Con facturaciones entre 30 y 68 millones de euros aparecen otras siete empresas, con volúmenes de producción muy variados, ya que algunas de ellas están claramente orientadas hacia la producción para las marcas de distribución. Estas tienen una gran importancia en este mercado, ya que acaparan el 50% de todas las ventas de patatas fritas en volumen y el 39,7% en valor. En el caso de los snacks de aperitivo esos porcentajes se quedan en el 46,2% y el 38,4% respectivamente, mientras que en las palomitas se incrementan hasta el 84,8% en volumen y el 71,5% en valor. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Grupo Siro *	490,00
Pepsico Foods, A.I.E. *	430,00
Grupo Bimbo *	274,15
Borges, S.A.	260,00
Importaco, S.A. - Grupo	240,00
Kellogg España, S.L. *	155,00
Frit Ravich, S.L.	135,00
Almendras Llopis, S.A.	95,11
Grefusa, S.L. *	93,00
Ibersnacks Snacks Co-Maker, S.L.	61,38

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

Hasta tiempos recientes, el comercio exterior de productos de aperitivo era muy poco importante, porque se consideraba que los costes de transporte no hacían viables ese tipo de operaciones. De todas maneras, las dificultades para seguir ampliando las demandas del mercado interno han hecho que varios de los principales operadores del sector comiencen a establecer planes de internacionalización. Se reportan envíos significativos a mercados como los de Portugal, Italia, Países Bajos, Suecia, Finlandia y Japón. Normalmente se exportan las presentaciones de mayor valor añadido, aunque en ocasiones se opta por el establecimiento de plantas de producción en esos mercados. En sentido inverso, puede señalarse que durante el pasado ejercicio un importante fabricante alemán de snacks se ha establecido en nuestro país y se encuentra representado en dos de las grandes cadenas de distribución organizada. En el caso de los frutos secos, el líder sectorial tiene previsto construir una planta de producción en Polonia y tiene otras en Turquía y Argentina. Hay que tener en cuenta que algunos de los frutos secos más consumidos en el mercado español, como los pistachos, los anacardos y las nueces de Macadamia deben ser importados en su práctica totalidad porque no se producen en nuestro país o tienen unos niveles de producción muy reducidos.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 120,9 millones de kilos de frutos secos y gastaron 770,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,6 kilos de consumo y 16,7 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 (0,2 kilos per cápita), de las avellanas (0,1 kilos per cápita) y de los pistachos (0,1 kilos per cápita). En términos de gasto, las nueces concentran el 23,4% del gasto, con un total de 3,9 euros por persona, seguido por las almendras, con un porcentaje del 12% y un total de 2 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos y los cacahuetes, con el 6% y 1 euro por persona y, finalmente, las avellanas, con el 4,2% del total y 0,7 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTOS SECOS	**120,9**	**2,6**	**770,8**	**16,7**
ALMENDRA	9,0	0,2	91,4	2,0
ALMENDRA CON CÁSCARA	2,2	0,0	18,7	0,4
ALMENDRA SIN CÁSCARA	6,8	0,1	72,7	1,6
CACAHUETE	11,9	0,3	43,8	1,0
CACAHUETE CON CÁSCARA	4,5	0,1	12,9	0,3
CACAHUETE SIN CÁSCARA	7,4	0,2	31,0	0,7
NUECES	27,9	0,6	180,9	3,9
NUECES CON CÁSCARA	23,3	0,5	118,6	2,6
NUECES SIN CÁSCARA	4,6	0,1	62,3	1,4
AVELLANA	3,7	0,1	31,3	0,7
PISTACHO	4,8	0,1	46,2	1,0
SURTIDO	8,1	0,2	52,1	1,1
OTROS FRUTOS SECOS	55,6	1,2	325,1	7,1

Diferencias en la demanda

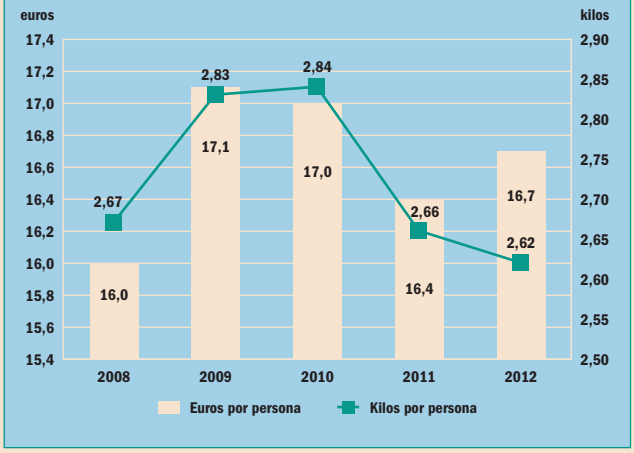
En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- 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 sin niños consumen más cantidad de frutos secos, 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 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 grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutos secos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 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, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Comunidad Valenciana, Extremadura y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Baleares y Navarra.

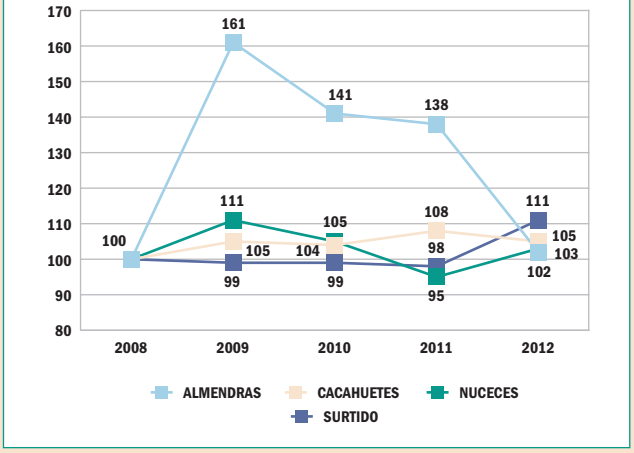
Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos ha descendido 0,05 kilos por persona y el gasto ha experimentado un crecimiento de 70 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2010 (2,84 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2009 (17,1 euros por consumidor). En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de surtidos, cacahuetes, nueces y almendras aumenta.

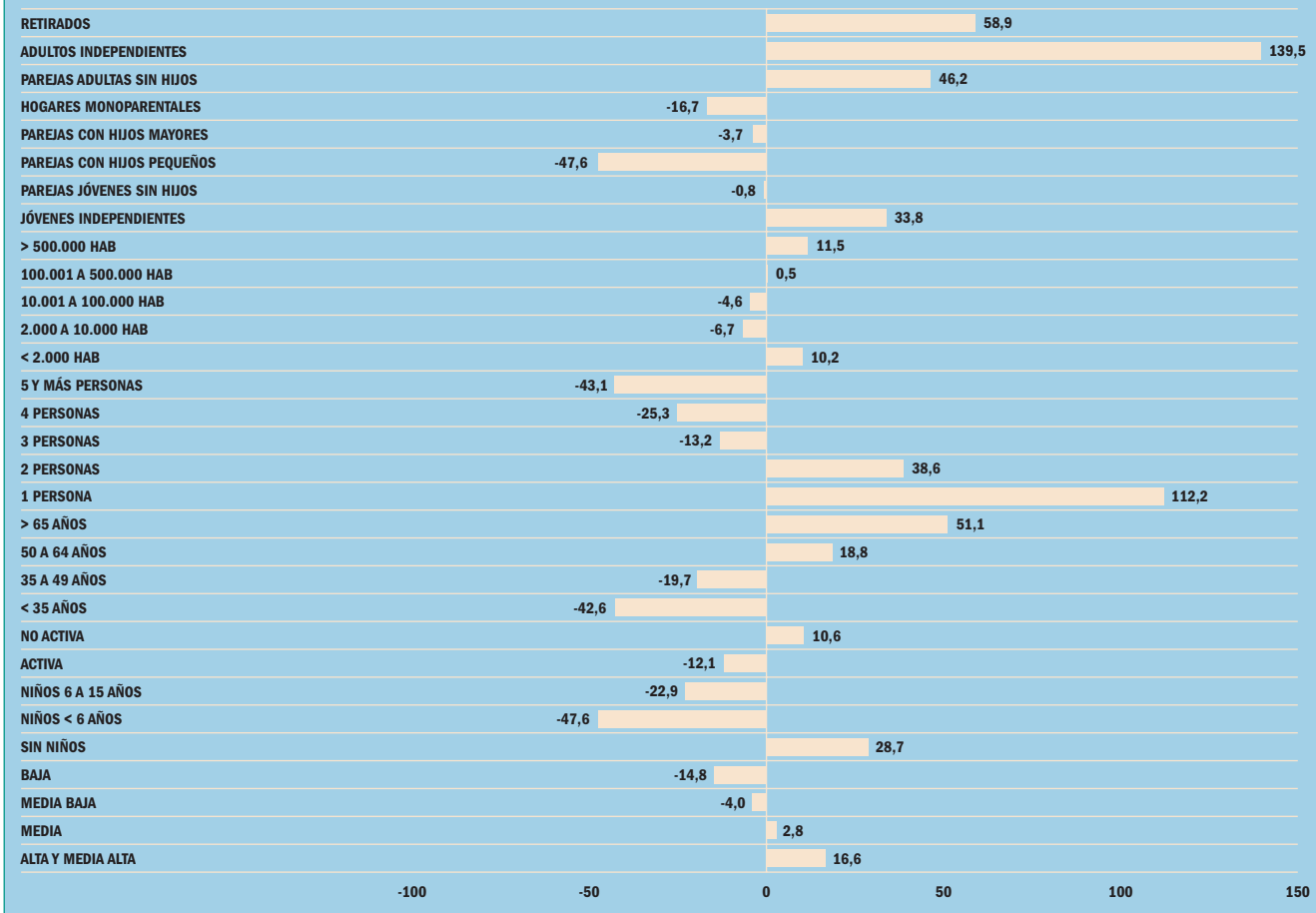
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTOS SECOS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTOS SECOS (2008=100), 2008-2012

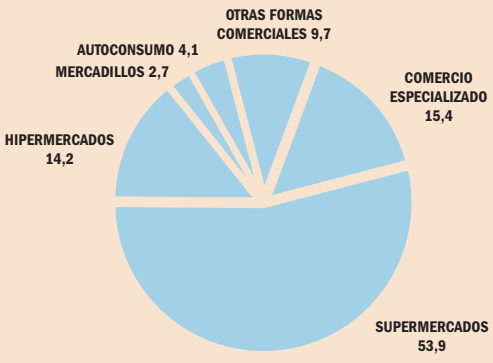


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTOS SECOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012

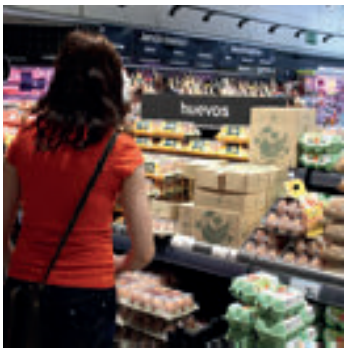


** Media nacional = 2,6 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (53,9% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 15,4% y los hipermercados llegan al 14,2%. El autoconsumo representa el 4,1%, mientras que los mercadillos suponen el 2,7%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 9,7%.

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
- MELOCOTÓN TARDÍO DE CALANDA

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 CE CANARIAS ****

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- CEREZA DEL JERTE

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- FRUTAS DE HUESO
- FRUTAS DE PEPITA
- CEREZA

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 ✪

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
- FRUTAS DE LAS TIERRAS ALTAS DEL RÍO LINARES

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)

** Denominación en tramitación*

*****Protección Nacional Transitoria*

✪ *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 2 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 y el Verna. 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 44 industrias envasadoras y 6.709 productores, con 12.382 hectáreas en un total de 17.125 parcelas. La comercialización obtenida en esta campaña amparada por el Consejo Regulador fue de 14,56 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 9 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 registro del Consejo Regulador figuran inscritas 1.833 hectáreas y 9 cooperativas que producen anualmente entre 45 y 50 millones de kilos de fruta.

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 99 productores y la superficie de cultivo registrada es de 315 hectáreas. La producción media anual es de 5,3 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.

Peras de Rincón de Soto

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de pera protegida abarca una extensión de 600 hectáreas de 27 municipios de la Rioja Baja y Rioja Media situados en el valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son la Blanquilla y Conferencia. De carne suave y jugosa, aportan numerosas vitaminas y fundamentalmente calcio. Las peras con DOP son sometidas a numerosos controles realizados desde la producción hasta el envasado, para garantizar al consumidor que la fruta reúne todos los parámetros de calidad establecidos en su reglamento.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 600 hectáreas y 7 empresas de comercialización. La media de producción anual es de 10 millones de kilos, de los que 5,5 millones de kilos se comercializan con DOP.

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 1.650 hectáreas, 761 productores y 10 empresas envasadoras. Su producción se estima en casi 30 millones de kilos, de los cuales 21 millones se comercializan bajo el distintivo de la Denominación de Origen Protegida.

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 1.660 hectáreas, 89 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 45 millones de kilos de Manzana 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 6 a 8 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 5 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 2.320 hectáreas y el número de instalaciones registradas es de 40. 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

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

- PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS ****

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- PATATA
- TOMATE
- PUERRO

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

** 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 ✪
- CARXOFA DEL PRAT * (ALCACHOFA DEL PRAT)
- PATATES DE PRADES (PATATAS DE PRADES) ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- PRODUCTOS HORTÍCOLAS

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

- 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

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 ✪



LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- COLIFLOR DE CALAHORRA ✪
- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/✪
- PIMIENTO RIOJANO ✪

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- CHAMPIÑÓN DE LA RIOJA ✪
- SETA DE LA RIOJA ✪

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)

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 49 plantaciones y 3 empresas comercializadoras, con una producción de 5 millones de unidades de Calçot de Valls al año. La comercialización se realiza en manojos de 25 ó 50 unidades atadas con hilo azul y una etiqueta numerada que permite identificar al productor.

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 4 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 340 hectáreas de 16 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 unos 350.000 kilos, 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 500 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 50 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 218 productores, 7 operadores comercializadores en fresco y 4 industrias de procesado. En el año 2011 se alcanzaron 235.686 kilos de producto fresco y 68.590 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

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

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 24 plantaciones inscritas destinadas al cultivo de patatas de Prades, que producen anualmente algo más de 100.000 kilos de patatas comercializadas bajo la IGP.

Pemento de Arnoia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

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

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: 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 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: 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 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 17 hectáreas de cultivo, 27 agricultores y 9 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 108.000 kilos, de los que más de 90.000 se comercializan con IGP.

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 6 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

LA RIOJA

MARCA COLECTIVA

- NUEZ DE PEDROSO



** Denominación en tramitación*

*****Protección Nacional Transitoria*

✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Avellana de Reus ✪

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende de las comarcas de Tarragona de Baix Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta. En esta provincia se concentra el 80% de la producción de avellanas de España.

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 de cultivo repartidas en 15.120 parcelas. La producción es de 7,5 millones de kilos, de los cuales 114.000 se comercializan amparados 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. El producto final se clasifica, en función del número de granos por cada 100 gramos, en las categorías Extra, con 65 granos, y Primera, con 90 granos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 1.393 agricultores y 10 empresas envasadoras. La producción media anual es de 1,8 millones de kilos, de los que 550.000 kilos se comercializan con Denominación de Origen Protegida Pasas de Málaga.

Leche y productos lácteos

Desde el punto de vista social y económico, la producción de leche sigue teniendo una gran importancia en España, si bien el sector ha ido perdiendo peso con el paso del tiempo. En el año 2012, la producción de leche de vaca, oveja y cabra supuso el 15,8% del valor generado por todo el sector ganadero y el 6,4% del valor total del sector agrario, porcentaje este último superior al del año precedente.

El valor generado por este sector ascendió a 2.653 millones de euros a precios básicos, como consecuencia de un aumento del 2,6% en la cantidad producida y de que los precios se mantuvieron (según datos del Ministerio a efectos de calcular la renta agraria).

Aproximadamente el 75% de la producción nacional de leche corresponde a la producción de leche de vaca, el 14% a la producción de leche de oveja y el 12% a la producción de leche de cabra. En España, además de estas tres producciones, existe una producción minoritaria de leche de búfala, que en otros países de Asia e incluso en Italia está muy extendida.

En la Unión Europea el grueso de la producción láctea procede de la vaca que da rendimientos muy altos.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2008	2009	2010	2011	2012
VACUNO*	5.913	5.858	6.017	6.160	6.237
OVINO**	420	489	565	503	500
CAPRINO**	480	514	506	467	465

** Datos de campaña 2012/2013.*

*** Disponibilidades recogidas en explotaciones agrarias.*

FUENTE: MAGRAMA.

LECHE DE VACA

España es el séptimo país productor de leche de vaca de la Unión Europea, tras Alemania, Francia, Reino Unido, Países Bajos, Italia y Polonia.

Al finalizar 2012, España contaba con un censo de vacuno lechero de 841.603 vacas en ordeño, 1,57% menos que un año antes. Con estas cifras se puede considerar que el censo está estabilizado.

Durante todo el año 2012, la producción de leche de vaca recogida en explotaciones agrarias (sin incluir el equivalente del queso) se elevó a 6 millones de toneladas, mientras que en la campaña 2012/13 las entregas superaron los 6,23 millones de toneladas ajustadas a materia grasa, por lo que no se superó la cuota asignada.

Galicia es con mucha diferencia la región con mayor producción (2,3 millones de toneladas en 2012). En este sentido, es en la cornisa cantábrica donde se concentra el 77% de las explotaciones nacionales de vacuno de leche.

El número de explotaciones lácteas con cuota asignada se elevaba al finalizar 2012 a 22.805, un 2% menos. A esta cifra hay que sumar las 968 explotaciones de vacuno de leche que había en Canarias.

Lo que diferencia a España de otros países dentro de la UE es su importante déficit de cuota en relación con el consumo interno, que se sitúa cerca de los 10 millones de toneladas. Este déficit obliga a importar grandes cantidades todos los años.

LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

Durante el año 2012, la producción española de leche de oveja recogida en explotaciones agrarias (sin incluir el equivalente del queso) se elevó a 500.000 toneladas, un volumen inferior al de 2011. Esta caída se produjo por la reducción de la cabaña lechera.

La producción de leche de cabra recogida en explotaciones agrarias (sin incluir el equivalente del queso) superó en 2012 las 465.000 toneladas y es Andalucía la región con una mayor producción (cerca del 50%). También hay producciones de leche importantes en Canarias (16% de la producción total), Castilla-La Mancha (11%) y Murcia (8%).

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
LECHE DE VACA	2010	583.402	147.262	5.887
	2011	599.795	151.400	5.855
	2012*	562.451	152.000	6.069
QUESOS DE LECHE DE VACA	2010	20.050	8.745	123
	2011	20.570	8.291	128
	2012*	18.700	8.100	136,3
MANTEQUILLA	2010	9.968	1.992	38
	2011	6.000	1.900	42,3
	2012*	5.342	1.690	37,4
LECHE ACIDIFICADA (YOGUR)	2010	4.765	1.515	749
	2011	2.965	915	799
	2012*	3.100	926	785,3
LECHE CONCENTRADA	2010	3.288	1.123	44,2
	2011	3.068	1.048	35
	2012*	6.800	2.670	57
OTRAS LECHES EN POLVO	2010	2.916	736	2,1
	2011	2.930	740	2,1
	2012*	2.900	730	1,9

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.*



Un año más, la producción fue inferior a la del año anterior y la cabaña también se redujo. España produce aproximadamente el 22% de la leche de cabra de la UE y el 17% de la leche de oveja.

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.

PRODUCCIÓN DE LECHE EN LA UE

La producción de leche supone en la en la Unión Europea en torno al 13% de la Producción Agraria y más del 30% de la Producción Ganadera, porcentajes en ambos casos muy superiores a los españoles.

En 2012, el volumen de leche producido se incrementó un 0,9% y los precios de la leche descendieron un 5,4%. Un año antes los precios habían crecido significativamente a la vez que la producción.

La producción europea de leche de vaca se situó en 152 millones de toneladas, si bien las entregas de leche a las industrias fueron inferiores. La producción comunitaria se ha incrementado gracias a una mejora de los rendimientos.

Además de la producción de leche, en 2012 la UE produjo también 1,7 millones de toneladas de mantequilla (un 2% menos que en 2011) y 8,1 millones de toneladas de quesos.

A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2012 a 562 millones de toneladas, lo que supuso un ligero retroceso respecto al año anterior.

OTRAS PRODUCCIONES LÁCTEAS

Desde tiempos inmemoriales el hombre ha buscado fórmulas para aprovechar y conservar mejor la leche. Las más antiguas son la transformación de la leche en quesos, yogures o cuajadas, pero actualmente existen 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.

En España, la producción de quesos de leche de vaca en 2012 se incrementó al colocarse en 136.300 toneladas, 8.000 toneladas más que un año antes. Para elaborar un kilo de queso de vaca se necesitan entre 9 y 10 litros de leche, mientras que bastan 8-9 kilos de leche de cabra y solamente 5-6 de leche de oveja.

Asimismo, también fue superior la producción de leche concentrada (57.000 toneladas) mientras que, por el contrario, la producción de yogur se redujo de 799.000 toneladas en 2011 a 785.000, y lo mismo sucedió con la leche en polvo y con la mantequilla (se produjeron 37.400 toneladas frente a 42.300).

La mantequilla se obtiene batiendo la nata y eliminando parte del agua que todavía contiene esa emulsión, pero suele quedarle entre el 15 y el 18% de agua. Este producto lácteo

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE VACA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011/2012	2012/2013*
ANDALUCÍA	461,2	471,7
ARAGÓN	113,8	120,5
ASTURIAS	538,9	533
BALEARES	61,2	58,2
CANTABRIA	426,6	425,8
CASTILLA-LA MANCHA	207,9	224,1
CASTILLA Y LEÓN	803	814,7
CATALUÑA	630,5	643,2
COMUNIDAD VALENCIANA	51,6	53,8
EXTREMADURA	29,4	28,7
GALICIA	2.334	2.367
LA RIOJA	14,9	15,7
MADRID	59,3	55,4
MURCIA	45,4	47,4
NAVARRA	206	212
PAÍS VASCO	174,8	165,7
TOTAL ESPAÑA	**6.160**	**6.237**

***Datos de campaña 2012/2013.*

**Estimación. FUENTES:MAGRAMA.*

tiene un contenido graso del orden del 80% y en muchos países se utiliza para freír y cocinar.

A partir de la leche se obtienen, también, otros productos tales como 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.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
Exportaciones				
LECHE FRESCA	161,5	162,4	164,5	226
LECHE EN POLVO	33	30,4	40,1	52
YOGUR	55,9	59	66,6	82,8
QUESOS	38,1	46,5	46,7	55,7
Importaciones				
LECHE FRESCA	756	600	502,4	500
LECHE EN POLVO	48	45	98	84
YOGUR	175	177	228,7	233,4
QUESOS	236	240	266,5	250

**Estimaciones. FUENTE: Departamento de Aduanas.*

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

	2010	2011	2012*
MUNDO	9.895	9.263	9.200
UE	2.911	2.850	2.833
ESPAÑA	**565,9**	**503**	**500**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE OVEJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2010	2011*
CASTILLA-LA MANCHA	130,6	104,6
CASTILLA Y LEÓN	386,1	352,5
EXTREMADURA	6,0	5,8
MADRID	9,0	8,1
NAVARRA	8,8	7,5
PAÍS VASCO	8,6	7,9
OTRAS CC AA	16,8	17,2
TOTAL ESPAÑA	**565,9**	**503,6**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2010	2011	2012*
MUNDO	17.279	15.856	15.788
UE	2.089	2.040	2.030
ESPAÑA	**506,8**	**466,7**	**465**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE CABRA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2010	2011*
ANDALUCÍA	218,1	202,5
ARAGÓN	1,2	1,7
CANARIAS	85,6	87,6
CASTILLA-LA MANCHA	72,9	58
CASTILLA Y LEÓN	36,4	34
CATALUÑA	7,1	8
COMUNIDAD VALENCIANA	12,6	12
EXTREMADURA	24,3	23
MADRID	4,3	6
MURCIA	39,8	30
OTRAS CC AA	4,3	4
TOTAL ESPAÑA	**506,8**	**466,7**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector lácteo español presenta una gran complejidad, ya que incluye diversos eslabones de la cadena alimentaria desde una base todavía atomizada, dedicada a la producción de la materia prima, hasta empresas transformadoras y comercializadoras que incorporan diversas líneas de negocio y entre las que se perciben procesos de concentración. La penetración de capitales internacionales en ese nivel comienza a ser bastante significativa.

Se encuentran en actividad unas 21.700 explotaciones dedicadas al vacuno de leche. Hay que tener en cuenta que hace veinte años esa cifra era de 137.320 explotaciones de vacuno de leche, lo que indica la drástica reconversión a la que se ha visto sometido el sector. La cuota media por explotación varía desde las 196 toneladas de las gallegas, donde se concentra la mayoría de la producción lechera española (2.383.470 toneladas), hasta las más de 1.780 toneladas de las de Murcia, 1.720 de las de Valencia, 1.360 de las de Aragón o 1.040 de las de La Rioja. El 80% de la producción de leche en nuestro país se concentra en las comunidades de Galicia, Castilla y León, Asturias, Cantabria y Cataluña, en la mayoría de las ocasiones en explotaciones con muy pequeña capacidad productiva, lo que hace sumamente previsible que en los próximos años sigamos asistiendo a una importante desaparición de muchas ellas. La prevista desaparición de la cuota láctea en 2015 y la internacionalización de las grandes compañías generan un escenario muy convulso para el sector en los próximos años.

El número total de industrias lácteas en nuestro país es de 1.560, de las que el 34,5% no tiene asalariados, el 48% presenta plantillas de entre 1 y 9 trabajadores, el 16,2% entre 10 y 199 trabajadores y únicamente el 1,3% (20 empresas) tiene plantillas con más de 200 empleados. El primer grupo lácteo que opera en España alcanza una facturación de 1.200 millones de euros y genera 2.800 puestos de trabajo, el segundo llega hasta los 1.010 millones de euros y los 1.440 empleados, el tercero ronda los 737,5 millones de euros, con casi 1.340 trabajadores, y el quinto se queda en 700 millones de euros, con 1.670 empleados. A nivel europeo, los cuatro grupos lácteos más grandes procesan el 20% de toda la leche. En Dinamarca y Países Bajos la primera compañía llega al 75%, en Francia las cinco empresas más grandes controlan el 60% de toda la leche, mientras que en Alemania las cinco primeras procesan el 46%.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LÁCTEOS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A. *	1.200,00
Danone, S.A. *	1.010,00
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa). *	712,84
Grupo Leche Pascual, S.A. *	700,00
Kraft Foods *	625,00
Indust. Lácteas Asturianas, S.A. (ILAS) - Grupo *	500,00
Grupo TGT *	445,00
Coop. Ganadera del Valle de los Pedroches – Covap *	332,59
Senoble España, S.L.	300,00
Leche Celta, S.L. *	264,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior lácteo presenta un saldo muy negativo para España, ya que las importaciones son más del doble en volumen y valor que las exportaciones. La producción interna es insuficiente para abastecer al mercado nacional y las importaciones son imprescindibles. Además, muchos de los países de nuestro entorno tienen problemas de sobreproducción de leche y productos lácteos, por lo que nuestro país constituye una válvula de escape para ellos. En 2012 se importaron algo más de 1.119.150 toneladas de leche y productos lácteos, por un valor que superó los 1.606 millones de euros. Esas cifras suponen, no obstante, reducciones interanuales del 3,5% en volumen y del 1,8% en valor. El 99,8% de todo ese comercio exterior en volumen y el 99,5% en valor provino de otros países de la Unión Europea, lo que indica con claridad su importancia.

Por su parte, las exportaciones llegaron hasta cerca de 467.070 toneladas, por un valor de 748,91 millones de euros. En este caso se registraron incrementos del 16,2% en volumen y del 3,4% en valor con respecto a los datos de 2011. También la gran mayoría de las exportaciones españolas de leche y productos lácteos se dirigen hacia otros países de la Unión Europea, ya que esos destinos concentran el 91,8% del comercio en volumen y el 82,8% en valor. Atendiendo a sus mercados de origen y destino, puede indicarse que las importaciones llegan mayoritariamente de Francia (48,2% del total), seguida por Portugal (23,6%), Alemania (13,2%) y Países Bajos (4%). Por lo que hace referencia a las exportaciones, los principales mercados de destino son Portugal (53,4%), Francia (28%), Italia (4,7%) y Reino Unido (2,7%). ○





Leche líquida

La producción de leche de vaca recogida en las explotaciones ganaderas españolas fue, según los datos provisionales de 2012, ligeramente inferior a 6 millones de toneladas. De esa cantidad, algo más de 3,61 millones de toneladas se destinaron a leche de consumo directo, mientras que el resto fue procesado para obtener otros productos lácteos.

El mercado de la leche líquida en nuestro país alcanzó un valor en torno a los 2.200 millones de euros, con un incremento interanual del 2,7%. La leche clásica representa el 66,3% de todo ese mercado en valor y el 75,7% en volumen, y durante el pasado ejercicio incrementó sus ventas en un 4,2% en valor y un 3,6% en volumen. A continuación aparecen las leches con calcio (13,5% en valor y 10,6% en volumen), las leches corazón (5,5% en valor y 3,5% en volumen), las leches de soja (5,3% y 3,4% respectivamente), las leches sin lactosa (3,9% y 2,6%), las leches de crecimiento (1,9% y 1,1%), y las leches frescas (1,9% y 1,3%). Todas las otras presentaciones representan los restantes 1,7% en valor y 1,8% en volumen. La leche sin lactosa es la que registró un incremento interanual más importante, en tono al 38,8%.

Dentro de las leches clásicas, las semidesnatadas son las más demandadas por los consumidores españoles, con unos 966,57 millones de toneladas y un valor de 619,27 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 4,9% en volumen y del 5,8% en valor. A continuación aparecen las leches enteras, con algo menos de 800 millones de toneladas (+1,1%) y 514,67 millones de euros (+1,4%). En tercer lugar se sitúan las leches desnatadas, con 485 millones de toneladas y 315,95 millones de euros. Esta presentación es la que ha estado más dinámica durante el pasado ejercicio, con crecimientos del 5,3% en volumen y del 6,1% en valor. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de leche líquida registra en los últimos años algunos movimientos que pretenden fusionar operadores y alcanzar volúmenes de producción suficientes para enfrentarse a la irrupción masiva de las importaciones en el momento en que desaparezca el sistema de cuotas. En la actualidad existe un grupo líder destacado que ha surgido tras la fusión de dos de las principales compañías que operaban en el mercado español y que se encuentra vinculado a una de las grandes empresas lácteas francesas. En la base de la cadena alimentaria se encuentran alrededor de 600 primeros compradores de leche a los ganaderos, de los que un 2% recoge el 46% de toda la leche disponible. Hay 207 cooperativas, de las cuales 72 recogen a más de 50 ganaderos y 39 a menos de 4. Muy pocas de estas cooperativas acometen transformaciones industriales. Además, se encuentran en actividad 610 empresas dedicadas al tratamiento de la leche, pero las cinco más importantes reúnen el 43% del total de leche. Hay 12 empresas con producciones superiores a las 100.000 toneladas. Entre ellas aparecen cuatro empresas de capital extranjero, la mayor parte francés. La primera empresa del sector registra un volumen de producción en torno a los 750 millones de litros, mientras que la segunda se queda en 700 millones de litros, la tercera ronda los 530 millones de litros y la cuarta alcanza los 415 millones de litros. Las marcas de distribución acaparan la mayor parte de las ventas, controlando el 56,6% del mercado en volumen y el 45,5% en valor. La primera oferta con marca propia presenta unos porcentajes del 12,9% en volumen y del 15,5% en valor, mientras que la segunda llega hasta el 9,9% en volumen y el 13,6% en valor, y la tercera se queda en el 8,7% y el 12,3% respectivamente. ○

PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	PRODUCCIÓN Mill. de Litros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	700
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A.	620
Grupo Leche Pascual	530
Iparlat, S.A.	425
Leche Celta, S.A.	410
Leite Río, S.L.	180
Coop. Gan. Valle Pedroches (COVAP)	242
Kaiku Corporación Alimentaria. S.A.	182
Lactiber León, S.L.	173
Coop. Feiraco	90

Datos de 2011.
FUENTE: ALIMARKET.

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de leche líquida exceden con claridad a las exportaciones, ya que la producción española de leche es insuficiente para abastecer al mercado interior. Además, hay algunos países de nuestro entorno, especialmente Francia, que tienen unos excedentes crónicos de leche líquida, por lo que les resulta muy atractivo abastecer a los consumidores españoles.

Durante 2012 se importaron 377.920 toneladas de leche de vaca a granel, por un valor de 132,6 millones de euros, a las que hay que añadir 107.210 toneladas en pequeños envases, cuyo valor fue de 55,3 millones de euros. Mucha menos importancia tienen las importaciones de leche de oveja y otras a granel (2.200 toneladas y 1,66 millones de euros), y de leche de oveja y otras en pequeños envases (264 toneladas y 475.750 euros). La totalidad de la leche de vaca a granel y en pequeños envases provenía de otros países de la Unión Europea. Francia es nuestro principal proveedor de leche a granel (268.340 toneladas), seguida a mucha distancia por Portugal (48.270 toneladas). Estos dos países también ocupan los primeros puestos en el caso de las importaciones de leche de vaca en pequeños envases, seguidos a bastante distancia por Alemania.

Las exportaciones, por su parte, llegaron hasta 93.000 toneladas de leche de vaca a granel, por un valor de 40,46 millones de euros, y 60.380 toneladas de leche de vaca en pequeños envases, cuyo valor llegó hasta 34,48 millones de euros. Portugal aparece como el primer cliente en ambos casos, con 39.420 toneladas de leche a granel y 58.800 en pequeños envases. Francia ocupa el segundo lugar en leche a granel, con 11.950 toneladas, mientras que en la leche envasada en ese puesto aparece Andorra, con 3.510 toneladas. ○

dieta + Danacol + ejercicio

Fórmula ganadora para reducir el colesterol



1 cada día

Reduce tu COLESTEROL en 3 SEMANAS

Confía en el más Recomendado*

Danacol contiene esteroles vegetales, que reducen el colesterol entre un 7 y 10% en 2 a 3 semanas. Si necesita reducir el nivel alto de colesterol. No recomendado a mujeres durante embarazo, lactancia ni a menores de 5 años. Consumo máximo de esteroles vegetales 3 g/día. Mantenga una dieta saludable con frutas y verduras. Si toma medicación, consulte a su médico. *TNS 2013 Recomendaciones consumidores.

CONSUMO Y GASTO EN LECHE

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 3.404,1 millones de litros de leche y gastaron 2.356,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 73,9 litros de consumo y 51,2 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (31 litros por persona y año), seguido de la leche entera (21,2 litros per cápita) y de la leche desnatada (20,7). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 41,4%, con un total de 21,2 euros por persona, la leche desnatada el 29,1% y 14,9 euros por persona, y la leche entera, con el 27,9% y 14,3 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL LECHE LIQUIDA	**3.404,1**	**73,9**	**2.356,7**	**51,2**
LECHE PASTERIZADA	90,8	2,0	76,4	1,7
LECHE ESTERILIZADA	3.270,1	71,0	2.245,8	48,7
LECHE CRUDA	43,2	0,9	34,5	0,7
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,3	0,0	0,3	0,0
LECHE BOTELLA PLÁSTICO	250,8	5,4	218,1	4,7
LECHE CARTÓN	3.104,8	67,4	2.098,7	45,6
LECHE BOLSA	5,0	0,1	5,2	0,1
LECHE ENVASADA	3.360,9	73,0	2.322,2	50,4
LECHE ENTERA	977,6	21,2	660,8	14,3
LECHE DESNATADA	954,0	20,7	685,0	14,9
LECHE SEMIDESNATADA	1.429,3	31,0	976,4	21,2
LECHE ENRIQUECIDA	589,5	12,8	534,4	11,6
CON CALCIO	92,2	2,0	98,1	2,1
CON VITAMINAS	232,9	5,1	196,7	4,3
CON OTROS ADITIVOS	264,3	5,7	239,6	5,2
BÍFIDUS+FIBRA	14,4	0,3	17,7	0,4
JALEA REAL	2,2	0,0	2,4	0,1
RESTO OTROS ADITIVOS	247,7	5,4	219,5	4,8
TOTAL OTRAS LECHES	**31,2**	**0,7**	**246,8**	**5,4**
LECHE CONDENSADA	15,4	0,3	47,3	1,0
LECHE EN POLVO	13,8	0,3	192,6	4,2
LECHE EVAPORADA	2,0	0,0	6,8	0,1



Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

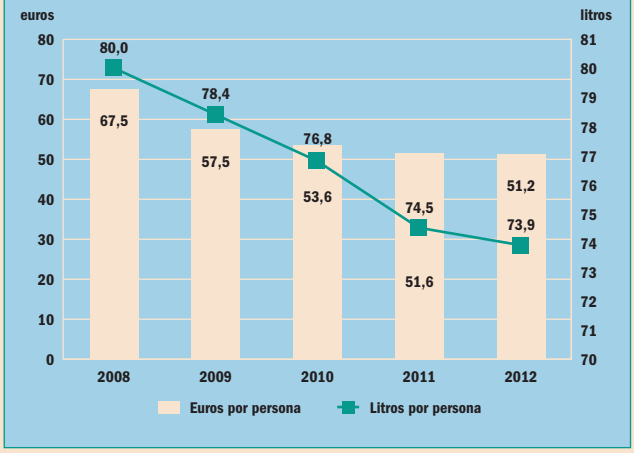
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de leche, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 entre 10.000 y 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 jóvenes sin hijos, las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Extremadura y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Cataluña y, sobre todo, Canarias.*

Evolución de la demanda

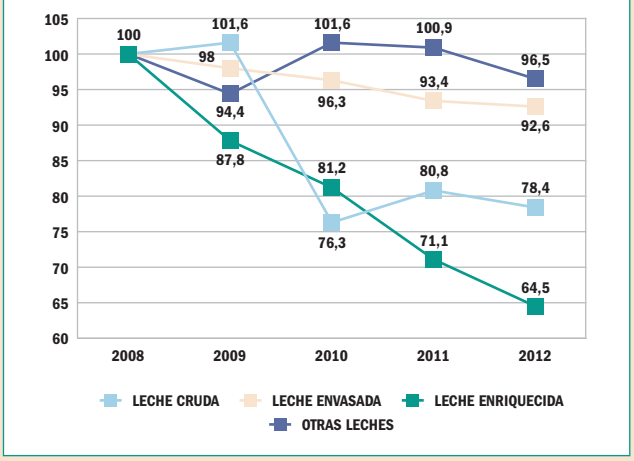
Durante los últimos cinco años, el consumo de leche ha caído 6,1 litros por persona y el gasto ha descendido 16,3 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2008 (80 litros y 67,5 euros por consumidor).

En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de otro tipo de leches, leche envasada, leche cruda y leche enriquecida disminuye.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2008=100), 2008-2012

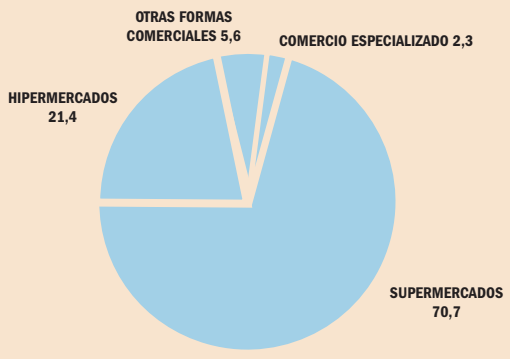


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LECHE LÍQUIDA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 73,9 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE LÍQUIDA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron para realizar sus adquisiciones de leche mayoritariamente a los supermercados (70,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 21,4%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 2,3%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,6% restante.

Productos lácteos

El mercado de productos lácteos en España parece estar resistiendo la crisis de una manera positiva ya que su presentación más importante, los yogures, ha tenido un comportamiento muy positivo durante el último ejercicio. En total, el valor de ese mercado llegó hasta los 2.420 millones de euros, con un volumen superior a los 980 millones de litros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 4,7% en valor y del 3,5% en volumen. Los yogures y termizados, entre los que se incluyen bífidus y leches fermentadas, llegaron hasta 1.954 millones de euros (+4,2%) y los 802 millones de litros (+3,5%), mientras que los postres frescos rondaron los 438,6 millones de euros, un 7,8% más que en el ejercicio anterior, y los 162 millones de litros (+4%). Por su parte, las gelatinas se quedaron en 26,3 millones de euros (+1,9%) y los 16,6 millones de litros (+,14%). El único comportamiento negativo fue el de los termizados infantiles que se situaron en 1,8 millones de euros (-26%) y en 680.000 litros (-27,2%).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa) *	712,84
Grupo J. García Carrión *	650,00
Lactalis Puleva, S.L. *	400,00
Nutrexpa, S.L. *	391,03
Leche Celta, S.L. *	264,00
Cacaolat, S.A. **	70,00
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	5,70
La Chufera, S.A.	3,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

*** Empresa actualmente inactiva.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

Dentro de los yogures, a pesar de la enorme variedad de ofertas, el 88% del total del mercado en valor es acaparado por 8 presentaciones, entre las que destacan los funcionales Bífidus y L.Casei, los tradicionales desnatados y de sabores, las leches fermentadas para reducir los niveles de colesterol, los étnicos, el natural y los líquidos. Los bífidus acaparan el 24,1% de todo el mercado en valor y el 20,9% en volumen, y durante el pasado ejercicio registraron incrementos respectivos del 13,5% y del 10%. En segundo lugar aparecen las leches fermentadas con L.Casei, con porcentajes del 16,6% (-2,9%) y del 11,4% (-1,4%), mientras que a continuación se sitúan los yogures desnatados, con cuotas del 12,1% en valor (+9,2%) y del 14,8% en volumen (+6,9%).

Entre los postres lácteos, la oferta más importante es la de las natillas, con el 36,7% del total en valor y el 39,9% en volumen. A continuación aparecen los flanes (26,6% en valor y 29,7% en volumen), las copas (8,9% y 10% respectivamente), las cuajadas (6,7% y 6,1%), el arroz con leche (5,9% y 5,6%), los gelificados (3,5% y 2,8%), las mousses (2,8% y 1,9%) y las cremas (1,5% y 0,9%). Dentro de los postres termizados, los dirigidos al público infantil son los más importantes, ya que representan el 53% del total en volumen y del 65% en valor.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más significativos del sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de postres lácteos en España. De hecho, varios de los líderes sectoriales son filiales de importantes compañías multinacionales, junto a empresas lácteas españolas que tuvieron su línea de negocio tradicional en la leche líquida. También las marcas de distribución se han vuelto fundamentales en este mercado. En el caso de los yogures, la primera oferta con marca propia presenta un importante porcentaje del 58,6% del total en valor, mientras que a continuación aparecen las marcas blancas, con el 35%. La siguiente oferta con

PRINCIPALES EMPRESAS DE POSTRES LÁCTEOS FRESCOS

EMPRESA	PRODUCCIÓN TONELADAS
Senoble España	55.000
Danone	48.000
Postres y Dulces Reina	30.000
Lactalis Nestlé Prod. Refrig. Iberia	26.000
Montero Alimentación	10.000
Grupo Dhul	10.000
Postres Lácteos Romar	8.000
Kaiku Corp. Alimentaria	4.500
Lácteos Goshua	3.700
Corporación Alimentaria Peñasanta	2.000

Datos de 2011.
FUENTE: ALIMARKET.

PRINCIPALES EMPRESAS DE YOGURES

EMPRESA	VENTAS TONELADAS
Danone	415.000
Senoble España	215.000
Lactalis Nestlé Prod. Lácteos Refrig. Iberia	98.000
Kaiku Corp. Alimentaria	20.000
Corp. Alimentaria Peñasanta	20.000
Friesland Campina	15.000
José Sánchez Peñate	4.500
Grupo Leche Pascual	4.300
La Fageda	3.000
Lácteos Goshua	1.500

Datos de 2011.
FUENTE: ALIMARKET.



marca de fabricante apenas supone el 2,4% del total. Esos porcentajes varían significativamente en función de las diferentes presentaciones de yogures. Así, entre los clásicos desnatados las marcas blancas ocupan el primer lugar, con el 48,1% del total, mientras que la primera oferta con marca propia se queda en el 46,2%. Entre los yogures bífidus la situación es muy diferente, ya que el primer fabricante con marca propia acapara el 75% de todas las ventas y las marcas blancas se quedan en el 22,6%. Por su parte, entre los postres lácteos la hegemonía de las marcas de distribución es muy marcada, con una cuota de ventas del 44,7% del total en valor. La primera oferta marquista, por su parte, llega hasta el 26,6%, mientras que la segunda alcanza el 12,8%, la tercera se queda en el 5,4% y la cuarta ronda el 3,7%.

El primer grupo del sector registra una producción de 415.000 toneladas en yogures y de 50.000 en postres lácteos. En este último segmento existe otro grupo que presenta una producción de 55.000 toneladas, especializado en la marcas de distribución, mientras que el tercero se sitúa en 45.000 toneladas y el cuarto ronda las 27.000. Por lo que hace referencia a los fabricantes de yogures, el segundo operador, el especialista en marca blanca que ocupa la primera posición dentro de los postres, llega hasta las 220.000 toneladas, el tercero supera las 80.000, el cuarto se sitúa en las 70.000 y el quinto baja ya hasta las 20.000 toneladas anuales. ○

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de yogures durante 2012 se acercaron a las 233.440 toneladas, por un valor de 260,8 millones de euros, a las que hay que añadir 31.750 toneladas de otras leches fermentadas, con un valor de casi 46,4 millones de euros. La práctica totalidad de las importaciones de yogures y leches fermentadas provenían de otros países de la Unión Europea, entre los que destaca de manera muy evidente Francia, con más de 128.320 toneladas de yogures y 16.850 de otras leches fermentadas. A continuación aparecen Alemania (44.640 toneladas de yogures y 4.850 de otras leches fermentadas) y Austria (21.080 toneladas de yogures). En el caso de las importaciones de yogures otros proveedores importantes son Portugal (13.580 toneladas) y Eslovaquia (11.640 toneladas). La tercera empresa española de postres lácteos acaba de poner en marcha una planta de producción en Portugal que genera en torno al 5% del total de volumen de negocios del grupo. Por lo que hace referencia a las exportaciones, estas resultan significativamente menores, ya que suponen unas 82.870 toneladas de yogures y 30.260 toneladas de otras leches fermentadas. Durante el último ejercicio las exportaciones de yogures crecieron en un importante 24,4%, mientras que las de otras leches fermentadas se redujeron en un 18,5%. El valor de la primera partida es de 93,8 millones de euros, mientras que el de la segunda llega a 39,8 millones. El principal mercado de destino de los yogures españoles es Portugal, con 61.400 toneladas. A mucha distancia aparecen Francia (5.400 toneladas) e Italia (1.200). En el caso de otras leches fermentadas los principales clientes son Portugal (20.400 toneladas), Angola (4.830) y Francia (4.680). ○



Helados



El mercado de helados en España experimentó durante el pasado ejercicio un ligero crecimiento, llegando hasta los 304 millones de litros. La producción global de helados en la Unión Europea llega hasta los 2.172 millones de litros y nuestro país aparece como el quinto productor europeo, por detrás de Alemania, Francia, Italia y Reino Unido.

El valor de mercado de la producción española puede situarse en torno a los 940 millones de euros. Dentro de la distribución organizada, los helados individuales constituyen el 52% de todas las ventas en volumen y el 57,4% en valor, seguidos por las tarrinas familiares (24,8% y 19% respectivamente) y los helados a dividir (23,2% y 23,5%). Entre los helados individuales, los más populares son los conos y los sándwich, ya que representan el 49,8% de todas las ventas en volumen y el 49,1% en valor. A continuación se sitúan los helados con palo, con unas cuotas del 44,1% y del 39,1%. En el caso de las tarrinas familiares, las más vendidas son las de helado/ sorbete, con cuotas del 96,2% en volumen y del 97,3% en valor, mientras que a mucha distancia se sitúan las de nata (3,8% y 2,7%). Por lo que hace referencia a los helados a dividir, la presentación más importante en volumen es la barra de helado, con el 44,7% de todas las ventas en volumen, aunque en valor su cuota es de apenas el 12,9%. Con la repostería helada ocurre exactamente lo contrario, ya que su porcentaje en volumen es de un reducido 27,6%, mientras que en valor llega hasta el 66%. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de helados en nuestro país está compuesto por unas 65 empresas que cuentan con una plantilla conjunta de 5.500 trabajadores. Un 80% de esas empresas tiene menos de 50 trabajadores, mientras que el 15% dispone entre 50 y 500 trabajadores, y únicamente el 5% presenta plantillas con más de 500 empleados. La concentración y la penetración de capitales internacionales entre los principales operadores son dos rasgos muy característicos de este sector. Junto a estos grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales, aparecen algunas empresas especialistas de tamaño medio y de capital básicamente español. Las cinco primeras empresas controlan una cuota conjunta del 65,9% de mercado en valor y ese porcentaje se incrementa hasta el 80,5% si tenemos en cuenta a los diez fabricantes principales. Cataluña y Madrid reúnen la mayoría de las empresas heladeras de mayor tamaño, el 25% y 18% respectivamente. A continuación aparecen la Comunidad Valenciana (15%) y Andalucía (9%).

Las marcas blancas han adquirido una gran importancia en el mercado de helados y en la actualidad representan alrededor del 8% de todas las ventas en volumen en la distribución organizada. La relativa desestacionalización de la demanda ha contribuido al incremento de la importancia de este tipo de ofertas.

Tradicionalmente, el canal más importante para la comercialización de los helados en nuestro país era el denominado "impulso", formado por una gran variedad pequeños establecimientos, quioscos, puntos callejeros, etc. que atraían al consumidor en la calle. También resultan muy importantes los alrededor de 2.000 establecimientos especializados para la venta de helados artesanos, de los que la mitad se encuentra radicada en la Comunidad Valenciana, seguida a bastante distancia por Cataluña, Murcia y Andalucía. Esta situación ha ido cambiando poco a poco y en la actualidad la distribución organizada controla el mayor volumen de ventas de helados, en detrimento del canal impulso y de los establecimientos de restauración y hostelería. El consumo creciente de helados en el hogar y su progresiva desestacionalización parecen estar detrás de estos cambios en los hábitos de compra. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. - Grupo *	667,00
Helados y postres, S.A.	225,00
Grupo Kalise Menorquina, S.A. *	185,00
Aiadhesa, S.A.	83,96
Ice Cream Factory Co Marker, S.A.	70,00
Helados Estiu, S.A. *	41,11
Grupo Farga *	34,60
Casty, S.A.	21,03
Crestas La Galeta, S.A.	16,40
Industrias Jijonencas, S.A. *	16,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

Aunque no existen muchas cifras disponibles sobre el comercio exterior de helados, las referencias más consolidadas indican que las exportaciones han crecido durante los últimos años y constituyen un buen complemento a las demandas del mercado interior. Así, se considera que durante 2012 se exportaron 37 millones de litros, por un valor que rondó los 109 millones de euros. Según la Asociación Española de Fabricantes de Helados, estas cifras indican importantes incrementos interanuales del 16,8% en volumen y del 11,6% en valor. Una estrategia seguida por algunas de las empresas heladeras más importantes de nuestro país para ampliar su presencia internacional ha sido la establecer plantas de producción en otros países. Es el caso, por ejemplo, de mercados tan importantes como Estados Unidos, México o Marruecos, donde operan algunos fabricantes españoles de helados.

Las importaciones, no obstante, continúan siendo mayores, ya que rondan los 170 millones de euros anuales. Los principales proveedores de helados para el mercado español son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Reino Unido. ○

Quesos

La producción de queso en España ronda las 306.800 toneladas, lo que ha supuesto un modesto incremento interanual del 1,6%. La partida más importante está compuesta por quesos de leche de vaca, con 133.300 toneladas, seguida por la de quesos de mezcla de leches (113.800 toneladas), quesos de leche de oveja (43.200) y quesos de leche de cabra (16.500). Por categorías, los que tienen una producción mayor son los quesos frescos, con 113.000 toneladas. A continuación aparecen los quesos de pasta semidura (77.500 toneladas), los de pasta dura (44.400), los de pasta blanda (35.600), los de pasta semiblanda (30.800) y los de pasta extradura (5.500). Aparte de estos, hay que considerar la producción de 34.600 toneladas de quesos fundidos.

Las ventas en el mercado de quesos llegaron hasta las 202.446 toneladas, lo que supuso un incremento interanual del 5,1%, mientras que su valor aumentó en un 4,4%, llegando hasta los 1.384,1 millones de euros. Atendiendo a su valor de mercado, la partida más importante es la de los quesos nacionales, con un 22%. Dentro de esta partida, los quesos de tipo manchego tuvieron una participación en valor del 92,4% y del 93,1% en volumen. A continuación se sitúan las lonchas (19,8%), los quesos de Burgos (15,5%), los rallados (12,9%), los quesos extranjeros (10,9%), los de untar (7,8%), las porciones de quesos fundidos (4,8%), los quesos frescos para ensaladas (2,6%), otros quesos frescos (2,1%), los surtidos (1,1%) y los quesos de picotear (0,5%). Las ofertas más dinámicas durante el último año fueron las de los quesos rallados (+7% en valor), los quesos extranjeros (+5,7%) y, sobre todo, los quesos de untar (+9,5%).



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de quesos en España se caracterizaba tradicionalmente por la existencia de un gran número de pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de carácter semiartesanal y con una incidencia local limitada. Durante los últimos años esa situación ha cambiado de manera muy notable y se han ido consolidando algunos grupos con cifras de producción importantes y con estrategias de sostenibilidad empresarial basadas en la exportación. También han irrumpido en el mercado español algunas filiales de compañías multinacionales con una oferta muy variada de quesos, así como algunas importantes empresas francesas e italianas.

El principal grupo fabricante e importador de quesos de nuestro país registra un volumen de negocios alrededor de las 110.000 toneladas, mientras que el segundo llega hasta las 47.000 y el tercero se sitúa en unas 30.400. Otras dos empresas presentan cifras en torno a las 25.000 toneladas. Entre las 10.000 y las 22.000 aparecen otros nueve operadores.

Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en el mercado español de quesos. Dentro de los nacionales representan el 34,5% de todas las ventas en volumen y el 30,3% en valor, mientras que la primera oferta marquista se queda en 23,3% y 23,6% respectivamente. Dentro de los quesos extranjeros ese predominio es todavía mayor, ya que las marcas blancas suponen el 40,5% del total en volumen y el 37,4% en valor, frente a la primera enseña con marca de fabricantes, con porcentajes respectivos del 12% y del 14,7%. Entre los quesos de Burgos las cuotas de las marcas de distribución son del 62,1% en volumen y del 49,6% en valor. ○

PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES E IMPORTADORAS DE QUESOS

EMPRESA	PRODUCCIÓN TONELADAS
Grupo TGT	110.000
Mondelez International	42.000
Queserías Entrepinares	38.000
Grupo Lactalis Iberia	37.291
Lácteas García Baquero	29.500
Mantequerías Arias	27.000
Grupo Friesland Campina	22.000
Arla Foods	21.000
Quesería Lafuente	19.500
Hochland Española	17.900

Datos de 2011.
FUENTE: ALIMARKET.

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de quesos son muy superiores a las exportaciones, lo que arroja un saldo muy negativo del comercio exterior quesero para nuestro país. Durante 2012 se importaron 71.130 toneladas de quesos frescos, por un valor de 175,4 millones de euros, 16.680 toneladas de quesos rallados o en polvo (69 millones de euros), 27.690 toneladas de quesos fundidos (91,9 millones de euros) y 134.940 toneladas de otros quesos (522,3 millones de euros). En el caso de los quesos frescos, Francia aparece como nuestro principal proveedor, con 34.660 toneladas, seguida por Alemania (11.010). Las posiciones se invierten en el caso de los quesos rallados y en polvo, ya que Alemania aparece en primer lugar (6.260 toneladas) y Francia a continuación, con 5.610. También entre los quesos fundidos Alemania (10.950 toneladas) y Francia (10.690) encabezan el ranking.

Por lo que hace referencia a las exportaciones, estas llegaron hasta las 19.20 toneladas de quesos frescos, con un valor estimado de 54,9 millones de euros. Además aparecen 4.660 toneladas de quesos rallados y en polvo (19,1 millones de euros), 3.460 toneladas de quesos fundidos (13,3 millones de euros) y 27.710 toneladas de otros quesos, con un valor muy superior a las de las restantes partidas (157,2 millones de euros). Las exportaciones españolas de quesos frescos se dirigen principalmente a Italia (7.120 toneladas) y Portugal (4.020). Este país encabeza también las clasificaciones en las exportaciones de quesos rallados y en polvo, con 1.940 toneladas, y de quesos fundidos, con 3.300. Italia aparece como segundo receptor de las exportaciones de quesos rallados (1.350 toneladas), mientras que en el caso de los quesos fundidos, Bélgica, con 570 toneladas, se sitúa en segundo lugar. ○

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	**1.619,5**	**35,2**	**5.722,1**	**124,2**
BATIDOS DE LECHE	103,9	2,3	134,0	2,9
BATIDOS DE YOGURT	40,7	0,9	64,5	1,4
LECHES FERMENTADAS	724,2	15,7	1.736,6	37,7
YOGURT	454,9	9,9	866,1	18,8
YOGURT NATURAL	88,5	1,9	137,6	3,0
YOGURT SABORES	109,5	2,4	159,9	3,5
YOGURT FRUTAS	25,8	0,6	66,0	1,4
YOGURT DESNATADO	142,7	3,1	253,6	5,5
YOGURT ENRIQUECIDO	6,4	0,1	23,5	0,5
OTROS	82,0	1,8	225,5	4,9
YOGURT CON BÍFIDUS	154,7	3,4	423,1	9,2
OTRAS LECHES FERMENTADS	114,5	2,5	447,4	9,7
MANTEQUILLA	13,9	0,3	79,8	1,7
MANTEQUILLA LIGHT	1,2	0,0	7,4	0,2
MANTEQUILLA NORMAL	12,7	0,3	72,4	1,6
QUESO	365,8	7,9	2.595,6	56,3
QUESO FRESCO	113,3	2,5	547,2	11,9
FRESCO LIGHT	44,8	1,0	170,0	3,7
FRESCO SIN SAL	1,5	0,0	8,7	0,2
FRESCO BIO	0,1	0,0	1,1	0,0
FRESCO BAJO SAL	5,1	0,1	35,0	0,8
FRESCO CALCIO	4,7	0,1	14,7	0,3
QUESO FUNDIDO	43,5	0,9	241,8	5,2
QUESO TIERNO	21,4	0,5	171,6	3,7
QUESO SEMICURADO	77,0	1,7	663,2	14,4
QUESO CURADO	17,5	0,4	170,9	3,7
QUESO OVEJA	17,2	0,4	181,8	3,9
QUESO DE BOLA	5,6	0,1	51,7	1,1
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,3	0,1	32,1	0,7
QUESO TIPO AZUL	3,1	0,1	32,6	0,7
OTROS TIPOS QUESO	49,9	1,1	367,2	8,0
HELADOS Y TARTAS	140,8	3,1	501,5	10,9
HELADOS	117,4	2,5	425,3	9,2
TARTAS	23,4	0,5	76,2	1,7
NATA	44,1	1,0	132,5	2,9
NATILLAS	45,2	1,0	109,2	2,4
FLANES PREPARADOS	44,1	1,0	111,7	2,4
CUAJADAS	8,9	0,2	24,6	0,5
CREMA DE CHOCOLATE	16,8	0,4	40,1	0,9
CREMA CATALANA	1,0	0,0	5,0	0,1
POSTRES CON NATA	15,4	0,3	36,1	0,8
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	54,6	1,2	151,1	3,3

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 1.619,5 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 5.722,1 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 35,2 kilos de consumo y 124,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogurt (9,9 kilos por persona), seguido del queso, con 7,9 kilos per cápita al año, y de los helados y tartas, que suponen un consumo de 3,1 kilos por persona al año. En términos de gasto, el queso concentra el 45,3% y resulta significativa la participación del queso semicurado (14,4 euros) y del fresco (11,9 euros). Por su parte, el yogurt supone el 15,1% del gasto total en este tipo de productos, con 18,8 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 8,8%, con 10,9 euros per cápita anuales.



Diferencias en la demanda

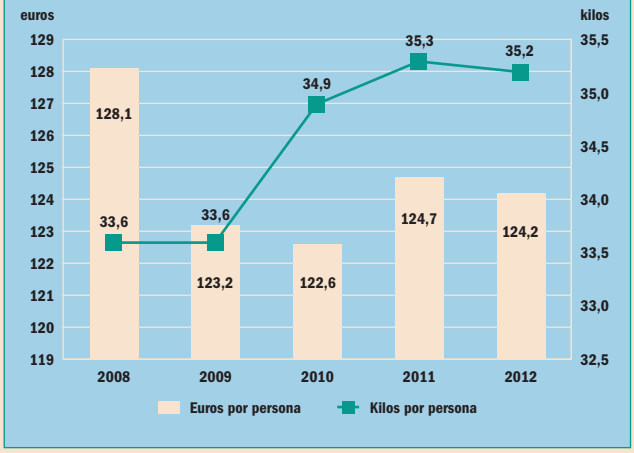
En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de derivados lácteos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de entre 6 y 15 años.*
- *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 municipios con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de derivados lácteos, 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, 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, Canarias y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Navarra y, sobre todo, Castilla-La Mancha.*

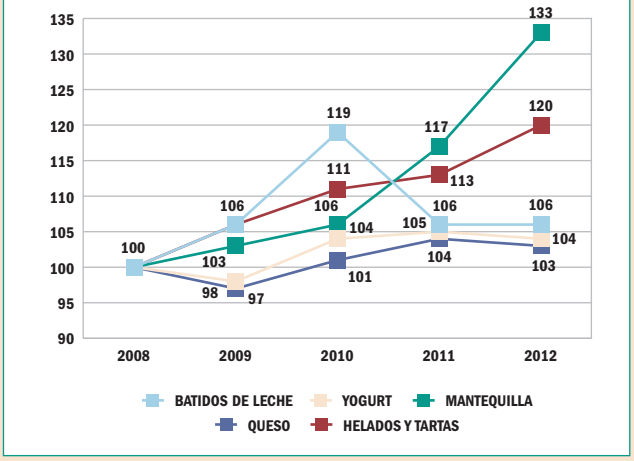
Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de derivados lácteos ha aumentado 1,6 kilos por persona y el gasto ha experimentado una caída de 3,9 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2011 (35,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (128,1 euros por consumidor). En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido similar para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2008, el consumo de mantequilla, helados, tartas, batidos de leche, yogurt y queso ha aumentado.

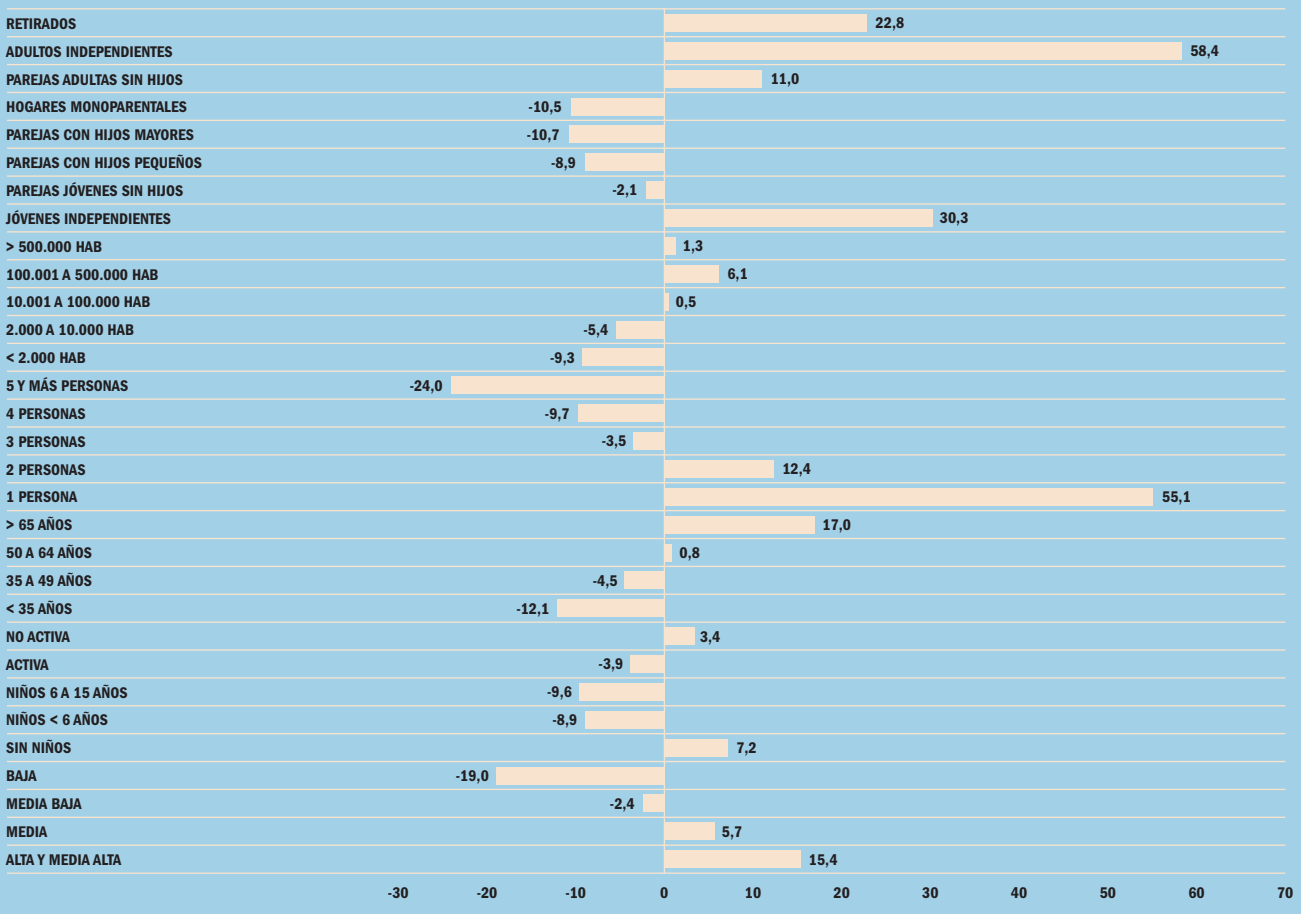
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE DERIVADOS LÁCTEOS (2008=100), 2008-2012

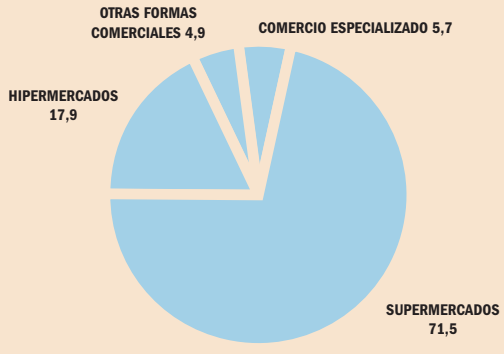


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE DERIVADOS LÁCTEOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 35,2 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de derivados a los supermercados (71,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 17,9% y los establecimientos especializados llegan al 5,7%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4,9%.

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 PASTEURIZADA

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 4 ganaderías inscritas con 270 vacas, 1 industria láctea y 5 industrias pasteleras. La producción de leche alcanza los 3,4 millones de litros y se comercializan 85.000 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 6.000 cabezas reproductoras y 131 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.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE QUESOS

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- QUESOS SIERRAS DE CÁDIZ Y RONDA *

ARAGÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- QUESO DE TERUEL *

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 ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- QUESO DE VALDEÓN ✪
- QUESO LOS BEYOS **/ ✪

DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCAS DE GARANTÍA

- QUESO CASTELLANO
- QUESOS DE ARRIBES DE SALAMANCA

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

- IDIAZÁBAL **/ ✪

** 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. 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 más de un millón de litros de leche con destino a la elaboración de quesos con DOP. El Consejo Regulador tiene registradas 11 queserías que comercializan más de 150.000 kilos de queso con DOP, que se distribuyen preferentemente en el mercado nacional.

Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El territorio de producción y elaboración del tradicional queso gallego amparado por la DOP comprende 15 municipios de la provincia de A Coruña y otros 9 de la de Lugo.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche de vaca cruda, entera o pasteurizada de las razas Rubia Gallega, Frisona y Pardo Alpina. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días y se producen tres variedades: Queso Arzúa-Ulloa, Queso Arzúa-Ulloa de Granja y Queso Arzúa-Ulloa Curado. De fina corteza lenticular, de color amarillo, sabor suave, ligeramente salado y con un punto ácido muy característico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 600 productores, 9.500 cabezas, 400 explotaciones que producen 20 millones de litros de leche, y 18 queserías que elaboran y comercializan una media anual de unos 2,4 millones de kilos de las tres variedades de quesos con DOP, que se consumen en su práctica totalidad en el mercado regional de Galicia.

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 66 explotaciones ganaderas que producen 5 millones de litros de leche al año. Las 38 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.

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 6.200 cabezas reproductoras y 131 explotaciones ganaderas que producen más de 2 millones de litros de leche destinada a la elaboración de queso protegido. Se comercializan aproximadamente 240.000 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 1 y 4 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 5 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 143 explotaciones ganaderas producen 40 millones de litros de leche al año, mientras 39 queserías comercializan más de 2,2 millones de kilos de queso, que se venden en el mercado nacional, salvo un 8% 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 686 cabezas de ganado y 17 explotaciones ganaderas que producen 379.789 litros de leche al año; 5 queserías comercializan anualmente algo más de 35.942 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 1 quesería que elabora 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 o con mezcla de esta con leche de oveja y cabra, utilizando una peculiar técnica de amasado de la cuajada: se amasa varias veces y siempre una sola vez por semana, coincidiendo la última con luna menguante. De aroma potente y punzante, su sabor es fuerte, persistente, picante y ligeramente amargo al final de la boca. Su forma es cilíndrica-discoidal irregular, con un peso de 250 a 1.000 gramos, tiene color amarillo cremoso oscuro, casi pardo con unas tonalidades blanquecinas y se presenta con las caras grabadas con distintos motivos ornamentales.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

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 4.487 cabezas de ganado vacuno censadas en 77 explotaciones ganaderas producen 1.498.558 litros de leche al año. Las 5 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 150.102 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 7 días después del proceso de salado. De aroma suave, su sabor es láctico, mantecoso, ligeramente ácido y graso al paladar.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas cerca de 95.000 vacas y 2.819 explotaciones ganaderas que producen unos 14,7 millones de litros de leche. Las 39 queserías registradas producen una media anual de 1,7 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 98% en el mercado nacional y el 2% res- tante 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 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 Valdeón ✪

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración se localiza en 8 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 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 semiduro, de pasta firme, con aroma y sabor agradable.

DATOS BÁSICOS: La cabaña suma 62.862 cabezas, que producen unos 24 millones de litros de leche al año. En 2011 hubo 177 explotaciones caprinas de raza Murciana y 6 queserías inscritas los registros del Consejo Regulador. La producción total de queso DOP alcanzó la cifra récord de 392.657 kilos, destinados en un 71 % 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 38.770 cabras y 103 explotaciones ganaderas, que producen 2.067.470 litros de leche al año. Las 24 queserías inscritas producen y comercializan una media anual de 297.183 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: 877 ganaderías y más de 554.424 ovejas producen más de 59 millones de litros de leche al año; 68 queserías artesanales e industriales elaboran y comercializan anualmente cerca de 10,9 millones de kilos de queso, de los que un 50% 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 1 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.

Quesos Sierras de Cádiz y Ronda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en 27 municipios de la provincia de Málaga y 13 de la provincia de Cádiz.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche de cabra procedente de la raza Payoya, especie caprina considerada de protección especial y que solamente se da en la región andaluza de la Sierra de Grazalema, donde pasta en pequeños rebaños aprovechando de forma ecológica los pastos naturales de la sierra. El queso se elabora de forma tradicional e incorpora el calcio de manera natural, resultando un producto con unas características propias por el tipo de alimentación de esta raza caprina.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 60.000 ejemplares y 700 explotaciones ganaderas que producen una media anual de 24 millones de litros de leche. 8 industrias queseras elaboran y comercializan queso con Denominación de Origen Protegida.



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 77 explotaciones ganaderas, con 39.696 ovejas, que producen 1,3 millones de litros de leche al año, y 10 queserías artesanales e industriales que comercializan una media anual de 229.546 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 1.585 cabezas de ganado censadas (vacuno, ovino y caprino) en el Consejo Regulador y 24 explotaciones ganaderas producen 448.277 litros de leche al año. Las 6 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 53.441 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 4 parroquias del municipio de Villalba y en 2 parroquias del municipio de Murás, al noroeste 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 2.753 cabezas de ganado, 75 explotaciones ganaderas y 7 empresas queseras, que comercializan una media anual de 270.000 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 23 ganaderías con 19.000 ovejas que han producido en 2012 un total de 2.860.000 litros. Por su parte, las 9 industrias queseras certificadas produjeron 318.810 kilos que se están comercializando bajo 16 marcas distintas en tres formatos de aproximadamente 350 g, 500 g y 1.000 g, con un fuerte incremento de las ventas de los dos primeros. El principal mercado es nacional (93%), siendo las principales áreas comerciales Extremadura y Madrid, mientras que en el exterior es la Unión Europea el mercado principal.

Carnes

Las producciones del sector cárnico en la Unión Europea representan en torno al 60% de la Producción Animal y el 25% de la Producción Agraria.

En España, este subsector supuso en 2012 el 28,3% de la Producción Final Agraria y en torno al 74% de la Producción Final generada por el sector ganadero, de lo que se deduce su importancia.

Dentro del sector ganadero, el porcino es que el más aporta con cerca del 40% del valor total, seguido del vacuno y las aves (con el 15% en cada caso) y del ovino-caprino con el 6%. El resto de las cabañas ganaderas son menos representativas.

En 2012 se produjo una mejora generalizada del sector del ganado y la carne tanto en volumen producido (1% más que en 2011) como en precios (8,2% más), si bien los resultados no fueron igual de buenos para todas las cabañas.



PRODUCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
VACUNO	575,3	590	605	596,8
OVINO	121	131	131,6	122
CAPRINO	8,6	9	11,1	10,3
PORCINO	3,322	3.390	3.469	3.515,5
AVES	1,092	1.341	1.373	1.386
CONEJOS	59	63	67	63,4
OTRAS CARNES	6	6	6	6
TOTAL	51.839,90	5.530	5.661,90	5.696,70

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

Vacuno

Dentro de las producciones ganaderas, el sector del vacuno de carne es el tercero en importancia económica en nuestro país, por detrás del porcino y del vacuno de leche. Además, ocupa el quinto puesto en importancia productiva en el conjunto de la Unión Europea.

El sector de vacuno español representaba en 2012 el 15,3% de la Producción Final Ganadera y el 5,8% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos similares a los del año 2011.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España se redujo un 1,6% y el precio de las mismas aumentó un 9,4%, por lo que el valor obtenido por estas producciones se elevó a 2.503 millones de euros expresados en valores corrientes (un 9% más).

A lo largo de 2012, España mantuvo el quinto lugar en el conjunto de la Unión Europea en cuanto a censo y producción, por detrás de países con una larga tradición en este sector como Francia o Alemania que ocupan las primeras posiciones seguidas de Italia.

CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO TOTAL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	534	518
ARAGÓN	298	296
ASTURIAS	386	372
BALEARES	32	30
CANARIAS	19	18
CANTABRIA	277	262
CASTILLA-LA MANCHA	354	363
CASTILLA Y LEÓN	1.250	1.222
CATALUÑA	552	590
COMUNIDAD VALENCIANA	49	47
EXTREMADURA	787	730
GALICIA	937	933
LA RIOJA	40	37
MADRID	92	93
MURCIA	57	68
NAVARRA	111	110
PAÍS VASCO	386	145
TOTAL ESPAÑA	**5.923**	**5.834**

** Estimación. FUENTE: MAGRAMA. Datos a enero 2013 que incluyen vacas lecheras.*

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012
MUNDO	62.363	57.117	66.063	65.080
UE	8.004	7.854	7.837	7.534
ESPAÑA	**575**	**602**	**605**	**596,8**

** Estimación. FUENTE: MAGRAMA y FAO*



Por Comunidades Autónomas, el primer lugar en número de efectivos fue para Castilla y León (21%), seguida de Galicia (16%), Extremadura (13%), Cataluña (10%) y Andalucía (9%). Respecto a los censos, es de destacar que los animales jóvenes suponen el 49% y los mayores de 2 años, el 51%.

En 2012 la producción de carne de vacuno en España se mantuvo muy estable, con 2,3 millones de animales sacrificados y una producción de unas 600.000 toneladas de carne. En relación al comercio exterior, casi el 22% de la carne se comercializa fuera de nuestras fronteras (contabilizando carne y animales en equivalente canal) y el porcentaje ha ido aumentado de año en año. En 2012 el total de las exportaciones españolas de carne de vacuno ascendió a 128.079 toneladas (carne fresca, congelada y productos a base de este tipo de carne), de las que un 91% fueron a la UE, fundamentalmente a Portugal (36%), seguido de Italia (15%) y Francia (16%). El 10% restante fue a países terceros.

Por su parte, las compras a países de la UE y a países terceros alcanzaron 110.983 toneladas, lo que supone un incremento del 2,9% respecto a 2011. El 87,5% procedía de la UE. Los principales suministradores de carne de vacuno fueron Polonia, Alemania y Países Bajos.

En 2012 se produjo un descenso de las importaciones de animales vivos (27% respecto a 2011), y un aumento significativo en el caso de las exportaciones (41%).

Porcino

El porcino es el principal sector ganadero en España. En 2012, el sector del porcino aportó el 37,1% de la Producción Final Ganadera y el 14,1% de la Producción Final Agraria. Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en 2012 ascendió a 6.062,8 millones de euros a precios básicos, un 11,7% más que en 2011. La producción aumentó en cantidad un 2,7% y los precios, un 8,9%.

CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	1.824	1.934
ARAGÓN	10.852	9.783
CASTILLA-LA MANCHA	3.151	3.145
CASTILLA Y LEÓN	3.110	2.892
CATALUÑA	6.194	5.877
COMUNIDAD VALENCIANA	1.236	1.198
EXTREMADURA	1.255	1.054
GALICIA	1.082	1.087
MURCIA	1.576	1.896
OTRAS CC AA	1.025	986
TOTAL ESPAÑA	**31.305**	**29.852**

** Estimación. Datos a noviembre 2012. FUENTE: MAGRAMA.*

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012
MUNDO	100.293	102.902	110.012	108.474
UE	22.401	21.876	22.540	22.225
ESPAÑA	**3.322**	**3.390**	**3.479**	**3.515,50**

** Estimación. Datos a noviembre 2012. FUENTE: MAGRAMA.*

El número de explotaciones porcinas en España al acabar 2012 ascendía a 87.272, un 3% menos que en 2011; mientras que el censo de porcino de producción cárnica rondaba los 25,2 millones de cabezas, un 1% menos que en la campaña anterior, de los que 10 millones eran cerdos de cebo.

En número de explotaciones, en 2012 destacaron Galicia (32%), Andalucía (14%) y Extremadura (16%), mientras que por número de cabezas en las granjas sobresalieron Cataluña y Aragón.

Por su parte, el número de animales sacrificados en 2012 ascendió a 42,4 millones de cabezas (1% más que en 2011),

con una producción de 3.515.000 toneladas de carne (1,3% más), que representan asimismo el 15% de la producción comunitaria de carne. La producción de carne se concentra en Cataluña (40%), Castilla y León (14%) y Andalucía (9%).
Respecto al comercio exterior, la exportación total de carne de porcino se elevó en 2012 a 995.300 de toneladas, frente a las 880.000 del año anterior. La mayor parte de las ventas se realizaron a países de la UE (más de un millón de toneladas exportadas). En cuanto a las importaciones, en total entraron en el mercado español 88.000 toneladas de carne (8.000 más que en 2010) y 15.600 toneladas de animales vivos (algo más que un año antes). Como en el caso de las importaciones, la mayor partida procedió de los países comunitarios.
Además del porcino de capa blanca, en España hay también una importante producción de cerdo ibérico. En 2012, el censo de animales rondaba los 2,3 millones de cabezas, cifra notablemente más baja que la del año anterior. Castilla y León fue la primera región en número de animales.

Ovino y caprino

El sector productor de ovino y caprino representaba en 2012 el 1,9% de la Producción Final Agraria y el 6,7% de la Producción Final Ganadera, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente.
El valor total generado por el sector ascendió a 759,3 millones de euros a precios básicos, alcanzados a pesar de la bajada de la producción en un 6% y gracias a la subida de los precios (1,6% más que en 2011).
En los últimos años se está produciendo una concentración de rebaños de ovino. La cabaña ovina en España en 2012 alcanzó el 20% del total de la UE-27 y es superado únicamente por Reino Unido con el 27%. España se sitúa también en el segundo lugar en el conjunto de la cabaña caprina comunitaria, con el 22% del censo, a continuación de Grecia (37%). La incorporación de Rumania y Bulgaria (13% del censo) corrigió ligeramente la evolución a la baja de la cabaña comunitaria en su conjunto.
Con respecto a los censos, el de ganado ovino ascendía en 2012 a algo más de 16,6 millones de cabezas, entre animales de carne y de leche. Comparado con el año anterior, el censo de 2011 reflejó una caída del 4,5%. Los mayores censos ovinos se concentran en Castilla y León, Extremadura, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón, representando en conjunto el 81,7 % del total.
Por su lado, el censo de caprino quedó en 2,57 millones de cabezas, un 2% menos que en el año anterior. Las regiones con más censo de caprino fueron Andalucía (28%), Murcia (13,5%), Canarias (11%) y Extremadura (10%).
La producción de carne de ovino se situó en 122.000 toneladas (un 6% menos que en 2011) y la de caprino, en 10.289 toneladas, un 8,35% menos.
De la producción total de carne de ovino, más del 90% procedía de corderos lechales, que son los más demandados en el mercado interno, si bien en la última década el sacrificio de corderos ha caído más de un 50%.
En cuanto al comercio exterior del sector ovino-caprino, el balance final en 2012 fue positivo, tanto en cantidades como en valor. España importó 7.206 toneladas de carnes (un 45% menos que en 2011) y exportó 29.067 toneladas (4% más). Asimismo, se compraron en el exterior 218.888 animales vivos (un 38% menos) y se vendieron 81.838.740 animales, un 402% más.
Los principales orígenes de importación de carne de ovino y caprino en España son Nueva Zelanda (35%), Italia (14%) y Países Bajos (6%), mientras que los principales destinos de ex-

CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	2.059	2.007
ARAGÓN	2.018	1.906
ASTURIAS	104	62
BALEARES	337	320
CANARIAS	83	80
CANTABRIA	62	57,0
CASTILLA-LA MANCHA	2.581	2.499
CASTILLA Y LEÓN	3.381	3.241
CATALUÑA	569	524
COMUNIDAD VALENCIANA	339	326
EXTREMADURA	3.589	3.380,0
GALICIA	293	227
LA RIOJA	126	113
MADRID	103	101
MURCIA	881	897
NAVARRA	560	549
PAÍS VASCO	314	303
TOTAL ESPAÑA	**17.436**	**16.609**

** Estimación. Datos a noviembre 2012. FUENTE: MAGRAMA.*

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012
MUNDO	8.250	8.532	8.177	7.308
UE	935	900	893	820
ESPAÑA	**121**	**131**	**131**	**123**

** Estimación: Fuente: MAGRAMA y FAO.*

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012
MUNDO	4.918	5.168	5.229	4.760
UE	72	94	99	90
ESPAÑA	**8,8**	**10,6**	**11,1**	**10,3**

** Estimación: Fuente: MAGRAMA y FAO.*

portación de animales vivos ovinos y caprinos fueron Francia (80%), Libia (8%), e Italia (6,5%).

A nivel comunitario, los sectores ovino y caprino representan aproximadamente el 4% de la Producción Final Agraria. En el año 2012 se incrementó un 2,3% el volumen de producción y también subieron un 6,4% los precios respecto al año precedente.

La cabaña ovina en la Unión Europea se situaba en torno a 52,7 millones de cabezas, tras registrar por cuarto año consecutivo una caída drástica. Asimismo, la cabaña de caprino en la UE se situaba en tono a 7,9, millones de cabezas también muy por debajo del censo del año anterior. Del censo total, corresponde a España aproximadamente el 19%.

En la Unión Europea la producción neta de carne de ovino y caprino se situó en torno a 910.000 toneladas en 2012, según estimaciones de la Comisión Europea.

CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	737	719
ARAGÓN	63	61
ASTURIAS	32	32
BALEARES	15	15
CANARIAS	293	294
CANTABRIA	24	18,0
CASTILLA-LA MANCHA	410	392
CASTILLA Y LEÓN	146	138
CATALUÑA	77	63
COMUNIDAD VALENCIANA	74	72
EXTREMADURA	291	280,0
GALICIA	60	48
LA RIOJA	11	11
MADRID	27	27
MURCIA	328	349
NAVARRA	12	12
PAÍS VASCO	29	31
TOTAL ESPAÑA	**2.638**	**2.570**

** Estimación. Datos a noviembre 2012. FUENTE: MAGRAMA.*

Carne de aves

El sector de la carne de aves representó en 2012 el 5,8% de la Producción Final Agraria y el 15,8% de la Producción Final Ganadera. En ambos casos, porcentajes similares a los de 2011.

La cantidad de carne producida aumentó un 0,9%, al tiempo que los precios crecieron un 8,4%. Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2012 se elevó a 2.498 millones de euros a precios básicos.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estima en 1,4 millones de toneladas, de las que el grueso (1,16 millones de toneladas en 2012) corresponde a los pollos o "broilers".

En España había en 2012 un total de 14.573 explotaciones, de las que 8.881 (el 61%) eran granjas de pollos. El resto

PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC AA	**2012***
ANDALUCÍA	265,6
CASTILLA Y LEÓN	104,5
CASTILLA-LA MANCHA	29,9
CATALUÑA	353,7
COMUNIDAD VALENCIANA	215,3
EXTREMADURA	53,5
GALICIA	179,2
MADRID	39,1
MURCIA	24,7
NAVARRA	76,7
OTRAS CC AA	39,8
TOTAL ESPAÑA	**1.382,50**

**Estimación. FUENTE:MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	79.372	90.335	99.700	99.813
UE	8.854	12.093	12.235	12.314
ESPAÑA	**1.093**	**1.341**	**1.373**	**1.382**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA Y MAGRAMA.*

de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas y ocas, entre otros. Estos datos dan una idea clara de la importancia que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español. El mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encuentran en Andalucía, Galicia y Comunidad Valenciana.

Con respecto al comercio exterior, en 2012 se importaron 191.600 toneladas, 5.000 menos que en el año anterior, entre ventas a países terceros (las menos) y ventas intracomunitarias, que supusieron 147.900 toneladas.

Por su parte, se exportaron 155.400 toneladas, de las que 98.000 toneladas fueron a países de la Unión Europea. Tanto las exportaciones intracomunitarias como las extracomunitarias descendieron en 2012.

En la Unión Europea la producción de carne de pollo se elevó en 2012 a 9,6 millones de toneladas, casi un 1% menos que en el año anterior.







Carne de conejo

España es uno de los principales productores mundiales de carne de conejo, y el tercero en la Unión Europea, tras Italia y Francia. La crisis que sufre el sector desde hace años hizo que el número de explotaciones cayera de 5.800 a 5.642 en 2012.

La producción de carne de conejo representó en 2012 el 0,5% de la Producción Animal total y tanto la producción como los precios permanecieron bastante estables.

El censo español en 2012 (cabezas con estado de alta) superó los 6,8 millones de animales, el 18% del censo de la UE-27, y la producción de carne alcanzó las 63.413 toneladas en canal, unas 1.000 toneladas menos que un año antes.

La producción de carne de conejo se concentra en Cataluña (29%), Castilla y León (18%) y Galicia (18% del total).

El balance comercial siguió teniendo un saldo positivo en 2012 pues las exportaciones crecieron y las importaciones disminuyeron. Así, se importaron 381 toneladas (69 menos) y se exportaron 5.535 (2.100 más). Se importan conejos especialmente de Francia, y se exportan también a este país vecino donde las producciones son, a veces, insuficientes para atender el consumo propio.

Por otro lado, la producción mundial de carne de conejo superó los 1,5 millones de toneladas y en la UE se situó en 318.400. Italia es el país europeo con mayor producción de carne de conejo y en el año 2012 produjo 130.000 toneladas. Le siguieron Francia con 86.000 y después España.

CABAÑA ESPAÑOLA DE CONEJOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de animales)

	EFECTIVOS TOTALES	
CC AA	**2011**	**2012***
ANDALUCÍA	95,9	108,2
ARAGÓN	147,9	508,7
CANARIAS	65,9	59,6
CASTILLA-LA MANCHA	490,3	496,6
CASTILLA Y LEÓN	1.121,6	1.055,2
CATALUÑA	1.763,0	1.673,7
COMUNIDAD VALENCIANA	679,7	687,3
GALICIA	1.105,6	1.194,0
MURCIA	143,6	123,3
NAVARRA	227,0	213,0
OTRAS CC AA	279,7	685,3
TOTAL ESPAÑA	**6.120**	**6.805,3**

** Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	1.842	1.669	1.719	1.621
UE	332,2	329,5	324,6	318
ESPAÑA	**61,2**	**63**	**64**	**63,4**

** Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAGRAMA.*

Otras carnes

En España hay también otras producciones ganaderas minoritarias que tienen cada vez más aceptación entre los consumidores. Este es el caso, por ejemplo, de la carne de equino, que en el año 2012 alcanzó un valor de 110,3 millones de euros expresados a precios corrientes, lo que representó el 0,3% de la Producción Final Agraria y el 0,7% de la Producción Animal total.
Al acabar el año había en España casi 170.000 explotaciones equinas (caballos y mulos), cifra superior a la del año anterior, de las que casi la mitad estaban en Andalucía. El censo de animales retrocedió en 2012 hasta las 655.428 cabezas, de las cuales un 34% se encontraban en Andalucía.
La producción de carne de equino se ha disparado en los últimos años. En 2012 se sacrificaron 73.300 animales (un 36% más) y la producción de carne se incrementó un 38,2%.
En cuanto al comercio exterior, en 2012 se importaron 216 toneladas de carne y despojos, y se exportaron 4.974 toneladas. Las ventas al exterior se dispararon y también aumentaron las importaciones. Además de la carne, también se importaron 7.597 animales vivos y se exportaron 5.400. La mayor parte de este comercio se realizó con los países de la Unión Europea.
Dentro del sector avícola, además de los pollos, hay también numerosas explotaciones dedicadas a la cría de pavos, patos, perdices, codornices, palomas, pintadas, etc. La producción de este tipo de carnes es minoritaria pero cumple su función de abastecimiento de la demanda.
De todas estas producciones, es la de pavos la que más aporta al conjunto, con cerca de 130.000 toneladas de carne al año.
Al margen de las aves, también hay cierta producción de carnes "exóticas", entras las que destacan las de cocodrilo, canguro o antílope.
Otra carne que tiene ya una clientela estable, si bien reducida, es la carne de avestruz, de la que ya existe producción en España (unas 1.000 toneladas). Sus elevados precios han impedido la esperada expansión de su mercado en nuestro país.
Finalmente, la producción de caracoles está ganando peso de año en año. En 2012 había más de 100 explotaciones dedicadas a este tipo de producción de forma profesional. Las comunidades con mayor número de explotaciones son Cataluña (40%), Galicia (15%) y Aragón (14%).

Productos de casquería y derivados de la carne

Los productos de casquería parecen estar gozando de un periodo muy positivo, después de que a principios de la década pasada estuvieron a punto de desaparecer del mercado por la crisis de las "vacas locas". En los últimos ejercicios está registrando incrementos interanuales entre el 10 y el 15%.
El mercado interno absorbió algo más de 80.000 toneladas de productos de casquería, de las que el 56% está compuesto por menudencias elaboradas, el 24% corresponde a menudencias de cerdos, el 15% a menudencias de ternera y el restante 5% a menudencias de cordero. Los principales productos de casquería que demandan los consumidores españoles son los callos, hígado, corazón, riñones, lengua, y rabo. Los precios ajustados de estas ofertas y la presencia en nuestro país de importantes grupos de inmigrantes, acostumbrados a importantes consumos de este tipo de ofertas, han contribuido a que estos productos tengan en la actualidad unas demandas crecientes. Por comunidades autónomas, los mayores consumos



se registran en Cataluña (26% del total), seguida por el País Vasco (17%) y Madrid (13%).
Se considera que hay en nuestro país unas 400 empresas dedicadas a la venta de productos de casquería, con unos 15.000 puntos de venta, lo que genera alrededor de 30.000 puestos de trabajo directos.
Las exportaciones son muy importantes y llegaron en el último año a 299.910 toneladas, con un incremento interanual del 23%, por un valor de mercado de 373,6 millones de euros (+19,3%).
Hay que tener en cuenta que, en cantidad, constituye la segunda partida exportada en importancia dentro del sector cárnico español. Un 30% de esas exportaciones se dirige hacia China.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector cárnico constituye uno de los cinco primeros sectores industriales en España, por detrás tan solo de la industria automovilística, la industria del petróleo y combustibles, la producción y distribución de energía eléctrica, y muy cercano en cifras de negocio con el sector químico. La cifra global de negocio de la industria cárnica española ronda los 19.400 millones de euros anuales, lo que supone el 20,1% de la facturación total del sector alimentario, mientras que su contribución al PIB español ronda el 2%. El porcentaje de facturación de la industria cárnica sobre el PIB industrial de España es de un importante 14%. El empleo directo generado por el conjunto de las empresas del sector llega hasta las 88.000 personas, lo que viene a suponer el 23% del total de empleos del sector alimentario.

Se encuentran en actividad alrededor de 700 mataderos, 2.370 salas de despiece y unas 4.500 industrias de elaborados, con un número promedio de 11 trabajadores por empresa. Castilla y León ocupa el primer lugar en lo que refiere al número de mataderos, mientras que Cataluña se encuentra a la cabeza en los casos de salas de despiece y almacenes de despiece. En cuanto a las industrias cárnicas, de nuevo Cataluña es la comunidad autónoma donde se registra una mayor concentración, con el 20% del total, seguida por Andalucía (14,5%), Castilla y León (14,2%), Comunidad Valenciana (10%), Castilla-La Mancha (6%), Madrid (5,6%), Galicia (4,7%), Extremadura (4,2%), Aragón (3,4%) y País Vasco (3,3%).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CÁRNICOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Campofrío Food Group, S.A. - Grupo *	1.827,24
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (CAG) *	1.295,00
Cooperativas Orensanas, SCG (COREN) *	1.005,00
Elpozo Alimentación, S.A. *	740,00
Casa Tarradellas, S.A. *	678,00
Martínez Loriente, S.A.	496,98
Industrias Cárnicas Loriente Piqueras, S.A. (INCARLOPSA)	426,56
Jorge, S.L. - Grupo *	401,28
Coop. Ganadera del Valle de los Pedroches - COVAP *	332,59
Patel, S.A.	265,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA Y CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (CAG) *	1.295,00
Coop. Orensanas, SCG (Coren) *	1.005,00
Grupo Sada P.A., S.A. - Grupo *	570,00
Uve, S.A. - Grupo *	246,00
Grupo Padesa	160,00
Procavi, S.L.	129,00
AN Avícola Melida, S.A.	102,00
Aragonesa de Piensos, S.A. (ARPISA) *	91,00
Cooperativa Avícola y Ganadera de Burgos *	67,00
Juan José Sola Ricca, S.A. *	65,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

Tradicionalmente el sector cárnico español presentaba unos altos índices de atomización, con un gran número de pequeñas y medianas empresas, en ocasiones de carácter semiartesanal, y con una incidencia local o regional. Esta situación está cambiando en los últimos tiempos y se perciben fuertes movimientos de concentración que están contribuyendo a crear algunos grupos de grandes dimensiones, con fuertes estrategias de internacionalización. El principal grupo cárnico de nuestro país tiene una plantilla de 7.670 empleados y registra unas ventas cercanas a los 1.830 millones de euros. El segundo operador llega a los 1.295 millones de euros y genera 3.730 puestos de trabajo directos. El tercero ronda los 1.005 millones de euros, con 3.500 trabajadores, mientras que el cuarto alcanza los 740 millones de euros y da trabajo a 3.410 personas, y el quinto se queda en 678 millones de euros, con 1.400 trabajadores. Con facturaciones entre 210 y 500 millones de euros aparecen otros nueve grupos, mientras que entre 100 y 200 millones de euros se encuentran registradas 18 empresas.



ELPOZO

Soluciones para tu alimentación

porque todos nuestros productos están hechos para ti





www.elpozo.com

COMERCIO EXTERIOR

La tasa de cobertura del sector cárnico español es de un importante 269%, lo que hace inevitable que apueste por el comercio exterior para mantener sus niveles actuales de producción. Las exportaciones españolas de productos cárnicos alcanzaron durante el último ejercicio computado los 3.815 millones de euros, con un incremento interanual del 18,1%, mientras que las importaciones se situaron en unos 1.416 millones de euros. Dentro de las partidas exportadas, la más importante es la del porcino, con el 54,7% del total en valor. A continuación se sitúan los elaborados cárnicos (10,6%), el vacuno (01,5%), los despojos (9,8%), el jamón (6,1%), las sector avícola (5,1%) y el ovino/caprino (3,2%). Se considera que 1.600 empresas españolas estuvieron implicadas en operaciones de exportación de productos cárnicos, un 3% más que en el año precedente. Otros países de la Unión Europea son los destinos preferentes de estas exportaciones, que en conjunto recibió el 79,1% del total.

Destacan como principales clientes de los productos cárnicos españoles Francia (26,2% del total), Portugal (13,9%), Italia (10,4%), Alemania (7,5%), Reino Unido (4,2%) y Países Bajos (2,9%). Fuera de la Unión Europea, los mercados de



destino más importantes son Rusia (5,6%), China (2,5%), Japón (2,3%), Hong Kong (2,3%), Corea del Sur (1,5%) y Andorra (0,8%). Dentro de las importaciones, el vacuno ocupa el primer lugar, con el 57% del total en valor. A continuación aparecen las carnes avícolas (23,4%), porcinas (13,6%) y ovinas (6,1%). Nuestros principales proveedores de carne de vacuno son Alemania (16%) y Polonia (15,9%). Brasil (28,8%) y Francia (27,7%) ocupan los primeros lugares en el caso de la carne avícola. ○

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA. MATADEROS Y MERCADOS DE CARNES EN LA RED DE MERCAS

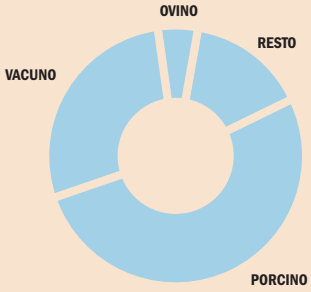


Durante los últimos años está cobrando una importancia creciente la actividad en la Red de Mercas de los mataderos, con los que cuentan Mercabarna, Mercamurcia, Mercavalencia y Mercazaragoza, los Mercados de Carnes ubicados en Mercamadrid y Mercalaspalmas, y las industrias cárnicas en las Zonas de Actividades Complementarias de Mercalicante, Mercacórdoba, Mercajerez, Mercamálaga, Mercaleón, Mercapalma y Mercasevilla.

El valor de la comercialización de carnes en las Mercas ascendió en 2012 a unos 1.320 millones de euros y el volumen comercializado se aproximó a unas 390.000 toneladas. ○

COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2012)

PORCINO	52
VACUNO	28
OVINO	5
RESTO	15



FUENTE: Mercasa.

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 2.434,9 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 15.329,7 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 52,9 kilos de consumo y 332,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la carne fresca (38,7 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (14,8 kilos per cápita) y al cerdo (10,7 kilos por persona). En términos de gasto, la carne fresca concentra el 66,9% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (60,7 euros per cápita) y de pollo (58,6 euros). La carne transformada (12,4 kilos y 102,1 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2012, mientras que la demanda de carne congelada (1,8 kilos y 7,9 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor. ○

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CARNE	**2.434,9**	**52,9**	**15.329,7**	**332,8**
CARNE CERTIFICADA	222,7	4,8	2.181,1	47,3
CARNE FRESCA	1.780,7	38,7	10.264,2	222,8
CARNE VACUNO	293,9	6,4	2.657,1	57,7
CARNE POLLO	679,8	14,8	2.699,0	58,6
CARNE CONEJO	59,8	1,3	319,7	6,9
CARNE OVINO / CAPRINO	87,1	1,9	875,1	19,0
CARNE CERDO	491,8	10,7	2.796,4	60,7
CARNE DESPOJOS	37,6	0,8	156,7	3,4
OTRAS CARNES FRESCA	130,7	2,8	760,3	16,5
CARNE CONGELADA	81,0	1,8	364,0	7,9
CARNE TRANSFORMADA	573,3	12,4	4.701,5	102,1

Diferencias en la demanda

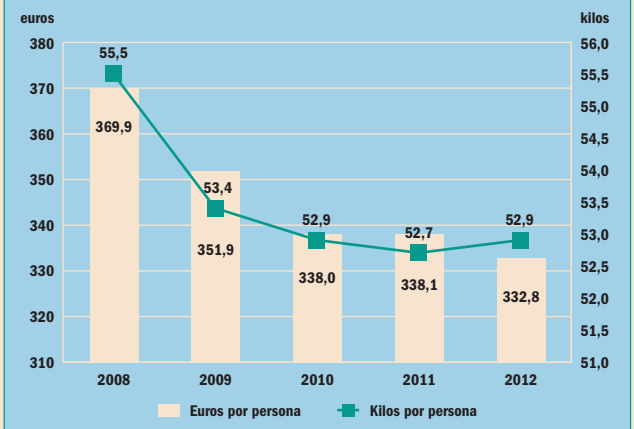
En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de carne y productos cárnicos, que son más reducidos en aquellos en los que viven niños menores de 6 años.*
- *Si la persona encargada de hacer las compras 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.*
- *Cuanto más reducido en número de miembros es el hogar, mayor es el consumo de carne.*
- *Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de carne, mientras que los que viven en municipios con censos de entre 10.000 y 100.000 habitantes consumen menos carne y productos cárnicos.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio entre las parejas adultas sin hijos, los retirados, los adultos independientes y las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales, las parejas jóvenes sin hijos y los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Castilla y León, y La Rioja cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Andalucía y Murcia.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de carne ha caído 2,6 kilos por persona y el gasto ha descendido 37,1 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se ha producido en el año 2008 (55,5 kilos y 369,9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2008-2012

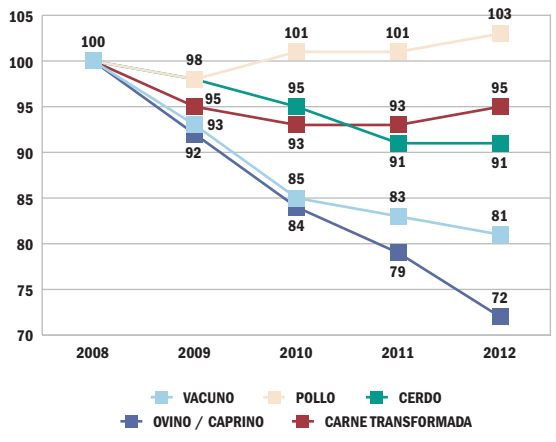






En la familia de carne y productos cárnicos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de productos. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de pollo aumenta y, por el contrario, en carne transformada, cerdo, vacuno y ovino/caprino se produce una minoración.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS (2008=100), 2008-2012

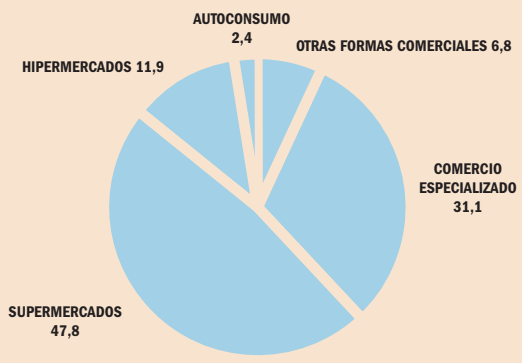


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CARNE EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 52,9 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto a lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (47,8% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados o comercio tradicional alcanzan en estos productos una cuota del 31,1%, y el hipermercado llega al 11,9%. El autoconsumo de carne y productos cárnicos supone el 2,4% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 6,8% de la cuota de venta global.

Elaborados cárnicos

La producción española de elaborados cárnicos se acerca a 1,3 millones de toneladas y mostró durante 2012 un comportamiento dinámico en sus ofertas principales. Los importantes esfuerzos inversores realizados en ejercicios anteriores, la presentación de ofertas adaptadas a los gustos más novedosos de los consumidores, las importantes acciones promocionales y las estrategias de internacionalización han permitido al sector sortear de una manera bastante positiva las incertidumbres de estos momentos de crisis. Nuestro país aparece como el cuarto productor europeo de elaborados cárnicos, por detrás de Alemania, Francia e Italia. Los embutidos cocidos representan el 30,9% del total en volumen, seguidos por el jamón y la paleta curados (19,8%), los embutidos curados (14,8%), los adobados y frescos (14,3%), el jamón y la paleta cocidos (13,7%) y los platos preparados (6,5%). La importancia del sector queda clara si consideramos que el 43% de la carne de porcino que sale de los mataderos tiene un destino industrial. El consumo en los hogares españoles de elaborados cárnicos durante el pasado ejercicio superó las 543.440 toneladas, por un valor cercano a los 4.540 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 1,9% en volumen y del 0,3% en valor.

Dentro del mercado español de elaborados cárnicos, los fiambres forman la partida más importante en volumen, con un porcentaje del 22,6% y del 19% en valor. Dentro de este segmento, los fiambres de pavo son los más importantes, con cuotas del 14,3 en volumen y del 14,7% en valor. A continuación aparecen las salchichas (21,7% en volumen, pero solo 10,7% en valor), los yorks (16,1% y 15,5%), el chorizo curado (9,2% y 9,8%), el fuet y la longaniza (8,7% y 9,8%), el jamón curado (7,3% y 17,2%), el bacón (5,5% y 5,6%), el salchichón curado (3,1% y 3,7%) y el salami (1,1% y 1%). ●





ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España se encuentran en actividad unas 4.500 empresas dedicadas a la producción de elaborados cárnicos que generan unos 65.000 empleos directos. En la base de la estructura empresarial aparece un gran número de pequeñas y medianas industrias, con volúmenes de producción muy reducidos. De todas maneras, entre los principales operadores del sector se detectan fuertes movimientos de inversión para consolidar grupos más grandes, con una gran diversidad de ofertas y con estrategias de sostenibilidad basadas, en buena medida, en el comercio exterior. La cuota conjunta de los diez grupos más grandes del sector es de un 29% del total, lo que indica que los procesos de concentración son todavía incipientes. La principal empresa del sector se convertirá en breve en el mayor fabricante de elaborados cárnicos de Europa y el quinto a nivel mundial. Actualmente tiene un volumen de producción de 162.000 toneladas, mientras que el segundo grupo llega a 104.550 toneladas y el tercero se queda en 103.000 toneladas. Después de estos grandes operadores hay una importante diferencia, ya que el cuarto grupo tiene una producción de 50.360 toneladas. Entre 20.000 y 43.500 toneladas aparecen otras cinco industrias.

Las marcas de distribución han adquirido una gran importancia en este mercado y representan en la actualidad el 44,8% de todas las ventas en volumen. Las ofertas con marca propia del primer grupo sectorial acaparan un porcentaje del 13,2%, mientras que el segundo llega hasta el 8,8%. Esto hace que el tercero tenga una cuota del 2,7% y que el cuarto represente únicamente el 1,7%. Todos los demás fabricantes se reparten en pequeñas cuotas el 28,7% restante. ○

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un elemento clave para mantener los actuales niveles de producción del sector de elaborados cárnicos, ya que la demanda interna es incapaz de absorber toda la oferta. Durante 2012 se exportaron cerca de 98.040 toneladas de elaborados cárnicos, lo que supuso un incremento interanual del 8,6%. El valor de esas exportaciones llegó hasta los 654 millones de euros, un 13,8% más que en el ejercicio precedente. Atendiendo a su volumen, la primera partida exportada fue la de embutidos y pancetas curados, con algo más de 39.180 toneladas. A continuación aparecen los jamones y paletas curados (26.810 toneladas), otros embutidos cocidos (12.490 toneladas), fiambres cocidos (10.215 toneladas), los jamones y paletas cocidos (7.905 toneladas) y los patés (1.440 toneladas). Los principales destinos de las exportaciones españolas de elaborados cárnicos son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia (22,8% del total), Portugal (13,9%), Alemania (12,6%), Reino Unido (9,3%), Bélgica (3,6%) e Italia (3,4%). Fuera de la Unión Europea, los principales clientes de los elaborados cárnicos españoles son Rusia (4,5% del total) y Libia (2,6%). Por lo que hace referencia a las importaciones, estas superaron ligeramente las 37.230 toneladas, prácticamente la misma cantidad que en el ejercicio anterior, cuando se había registrado un importante crecimiento del 21%. Los fiambres cocidos constituyen la partida importada más importante en volumen, con 17.690 toneladas, seguida por la de jamones y paletas cocidos (6.670 toneladas), otros embutidos cocidos (4.960 toneladas), embutidos y pancetas curados (4.810 toneladas), patés (2.400 toneladas) y jamones y paletas curados (700 toneladas). Alemania aparece como nuestra principal proveedora, con el 26,2% del total, seguida por Francia (21,6%), Países Bajos (13,1%), Italia (10,7%), Dinamarca (7,9%), Reino Unido (3,9%) y Bélgica (3,8%).





Jamón curado

El sector de jamones y paletas curados registró durante 2012 unos resultados positivos tanto en lo que hace referencia a las demandas internas como en el comercio exterior. Se estima que durante el pasado ejercicio se vendieron en España algo menos de 72.770 toneladas de jamones curados blancos, casi repartidos a partes iguales entre jamones en piezas y en lonchas, lo que supuso un incremento interanual del 5%. Además, se vendieron 21.845 toneladas de jamones de cerdo ibérico (+4,9%), en su mayor parte en piezas, 8.950 toneladas de paletas curadas blancas (-10,8%) y 5.370 toneladas de paletas ibéricas (-14,8%). El valor total de todas estas partidas fue de 1.466 millones de euros, prácticamente similar a la del ejercicio anterior. En el libreservicio, las ventas llegaron hasta 38.500 toneladas de jamones, por un valor de 507,7 millones de euros, lo que supone incrementos interanuales del 8,2% en volumen y del 6,5% en valor. Por partidas se diferencian casi 31.400 toneladas de jamones blancos, cuyo valor de mercado rondó los 370 millones de euros, 6.140 toneladas de jamones ibéricos (127,4 millones de euros) y algo menos de 960 toneladas de jamones blancos con D.O. (10,6 millones de euros). El precio del jamón redondo en sangre llegó durante 2012 a 2,51 euros/kilo, lo que supuso un significativo incremento interanual del 7,7% y obligó a los productores a reducir sus márgenes de beneficio. La Fundación Jamón Serrano Español registró un crecimiento del 8,7% de su volumen comercializado en el último ejercicio computado, lo que supone alrededor de 2,5 millones de piezas. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de jamones curados se encuentra inmerso en fuertes procesos de concentración que están acabando con un panorama tradicional excesivamente atomizado. El principal grupo del sector registró durante 2012 una producción de más de 23.310 toneladas, un 12,4% más que en el año anterior; el segundo llegó hasta las 15.200 toneladas (+2,5%), de las que el 55% se destinó a la exportación; el tercero rondó las 13.800 toneladas (+10%); el cuarto se situó en 13.120 toneladas (+9,3%) y el quinto alcanzó las 9.510 toneladas (-3,9%). Entre 6.200 y 8.600 toneladas aparecen otros cuatro operadores.

Por lo que hace referencia a los secaderos a maquila, el más importante manejó durante el pasado año 1,3 millones de piezas, el segundo llegó hasta las 678.280 piezas y el tercero rondó las 560.000 piezas.

Las marcas de distribución han alcanzado una gran importancia en este mercado y representan el 31,9% del total de ventas de jamones blancos e ibéricos. Ese porcentaje se incrementa hasta el 54,8% en el caso de los loncheados de jamón blanco. En este caso, la primera oferta marquista representa el 10%, la segunda llega al 8,1% y la tercera apenas supone el 2,3%. ○

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de jamones y paletas curados se han convertido en un elemento fundamental para mantener los niveles de producción del sector, ya que las demandas internas son incapaces de absorber la oferta generada. Durante 2012 estas exportaciones se incrementaron en un 8,8% hasta llegar a las 26.870 toneladas, de las que el 85% estaba compuesto por jamón deshuesado. En valor, ese comercio exterior supuso un ingreso de 237,5 millones de euros, un 10,5% más que en el ejercicio precedente. Las exportaciones dirigidas hacia otros países europeos se incrementaron en un 9,6%, mientras que las operaciones fuera de Europa crecieron en un más modesto 3,3%. El principal mercado de destino de las exportaciones españolas de jamones y paletas curados fue Alemania, con el 27,2% del total. A continuación se situaron Francia (26%), Portugal (9,2%), Bélgica (4%), Italia (3,8%), México (2,8%), Países Bajos (2,6%), Andorra (2,1%), Noruega (1,9%), Rusia (1,8%), Estados Unidos (1,8%) y Japón (1,7%). En conjunto, la Unión Europea absorbió el 86% de todas las exportaciones, mientras que el 14% restante correspondió a las ventas realizadas en países extracomunitarios.

Las importaciones son mucho menos importantes y apenas suponen unas 1.400 toneladas de jamón de Parma que provienen de Italia. El jamón de Parma es exportado preferentemente hacia los Estados Unidos, Francia, Alemania y Reino Unido. ○

ANVISA

Preparados y Coadyuvantes Tecnológicos

Para la Industria Alimentaria

CALIDAD FIABILIDAD TECNOLOGÍA VERSATILIDAD





Alta Especialización al Servicio del Sector Cárnico







Investigación Desarrollo e Innovación a su Alcance







AENOR ER Empresa Registrada

ANVISA
Antonio Villoria S.A.
Ana María del Valle s/n
ARGANDA DEL REY (MADRID)
Tel: 91 8 71 63 14 Fax: 91 8 71 65 14
e-mail:anvisa@anvisa.com web:www.anvisa.com

IQNet

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

- CECINA
- POLLOS
- CARNE DE VACUNO
- TERNASCO AHUMADO
- PALETA CURADA
- CARNE DE CONEJO
- CONSERVA DE CERDO EN ACEITE

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 ✪

DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCA DE GARANTÍA

- CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA
- COCHINILLO DE SEGOVIA
- LECHAZO DE LA MESETA CASTELLANOLEONESA
- TERNERA CHARRA
- TERNERA DE ALISTE

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT ✪ (POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)
- VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS (TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

- CAPÓN
- CERDO
- CONEJO
- CORDERO
- POLLO
- TERNERA

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD

- CARNE DE CORDERO GUIRRO





EXTREMADURA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- TERNERA DE EXTREMADURA ✪
- CARNE DE ÁVILA **/ ✪
- CORDERO DE EXTREMADURA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- TERNERA GALLEGA ✪

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- CARNE DE ÁVILA **/ ✪

MARCAS COLECTIVAS

- CHAMARITO
- GRANJA LAS LLANAS
- LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA. VALLES DE LEZA, JUBERA, CIDACOS Y ALHAMA
- SIETE VALLES
- TERNOJA
- CORDERO Y CABRITO RIOJANOS

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) ✪
- EUSKAL BASERRICO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO 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 BASERRICO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)

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

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 537 ganaderías, con 21.100 reproductoras, 176 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 4.662 animales y se comercializan 1,3 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 ,318 explotaciones ganaderas, 8.957 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.204, también están inscritos 4 cebaderos, 5 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 310.257 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 375 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 246 explotaciones ganaderas con 6.000 animales, 5 mataderos y 7 salas de despiece. Son 150 los establecimientos autorizados a comercializar 1,7 millones de kilos de este tipo de carne anualmente.

Carne de Morucha de Salamanca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción del vacuno cuya carne protege la Indicación incluye a toda la provincia de Salamanca. La raza autóctona Morucha se explota en régimen extensivo.

CARACTERÍSTICAS: El hábitat natural del ganado son los encinares de Salamanca; se alimenta principalmente de pastos y no se estabula en ningún momento del año. Los terneros permanecen en el campo, con la madre, hasta los 7 o 9 meses. Después se procede al destete y engorde a base de cereales y otros productos de la propia explotación. La carne –de terneras, añojos y novillos– es totalmente natural.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas actualmente 144 ganaderías con 14.000 cabezas de ganado, 148 cebaderos, 4 mataderos y 8 industrias cárnicas. La comercialización anual de carne protegida asciende a unos 390.000 kilos.

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 767 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 547.237 ovejas reproductoras. Existen 5 centros de acabado, 5 mataderos y 7 empresas de comercialización, que certifican una media anual de 1.468.564 kilos de carne de cordero con IGP de un total aproximado de 117.577 corderos sacrificados.



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.

Cordero Manchego ⚬
Lechal 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 km² repartidos entre Ciudad Real, Cuenca, Toledo y Albacete.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos proceden exclusivamente de la raza Manchega y pueden ser machos sin castrar o hembras, con un peso entre 10 y 14 kilos en canal para el Cordero Manchego y entre 4,5 a 7 kilos para el Lechal Manchego. La edad de sacrificio está fijada entre 60 y 90 días para el Cordero Manchego y en sus primeros 35 días al destete para el Lechal Manchego.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 376 explotaciones ganaderas, con un total de 273.749 ovejas, 1 cebadero de finalización y 17 industrias, de las que 3 son mataderos y salas de despiece y 4 son entradores/comercializadores y salas de despiece.

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 dias, respectivamente. La fecha límite para su venta, después del sacrificio, es de 7 días.

DATOS BÁSICOS: Bajo la IGP se sacrifican al año 6.000 animales, que representan más de 12.000 kilos de carne protegida. Se comercializa en su totalidad en el mercado nacional.

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 5.081 explotaciones, 71.764 vacas madre, 10 mataderos, 17 salas de despiece y 245 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 5,4 millones de kilos.

Ternasco de Aragón ©

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La producción, sacrificio y faenado del Ternasco de Aragón se distribuye a lo largo de toda la comunidad autónoma. El clima es mediterráneo con matices continentales en la depresión central y húmedo en los Pirineos y la cordillera Ibérica.

CARACTERÍSTICAS: El ganado procede de las razas Rasa Aragonesa, Ojinegra de Teruel y Roya Bilbilitana. El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida controla las distintas fases de la producción. 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 929 explotaciones. El número de ovejas asciende a 478.487 y el número de corderos sacrificados anualmente en los cuatro mataderos autorizados es de 204.508, que totalizan 2.258.000 kilos de carne comercializados con el marchamo Ternasco de Aragón.



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 460 ganaderías con un censo de 36.000 vacas madres, 295 cebaderos y 13 industrias, que producen una media de 2 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 7.600 ganaderos y se identifican más de 116.000 terneros. Hay inscritas 71 industrias cárnicas (mataderos y salas de despiece). En 2012 se certificaron 84.814 canales, comercializándose más de 18 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 585 explotaciones y 18.846 cabezas de ganado, así como 5 mataderos y 4 salas de despiece que sacrifican una media anual de 7.856 terneros. Las 185 carnicerías autorizadas venden anualmente más de 1,7 millones de kilos de carne con IGP.

Vedella dels Pirineus Catalans (Ternera de los Pirineos Catalanes)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la carne de vacuno procedente de las razas Bruna de los Pirineos, Charolais, Limousine y sus cruces, adaptadas a la zona geográfica que comprende todas las comarcas pirenaicas y prepirenaicas: Ripollès, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Berguedá, Cerdanya, Garrotxa, Pallars Jussá, Pallars Sobirá, Ripollés, Osona y Vall d'Aran.

CARACTERÍSTICAS: Los animales deben ser criados en explotaciones de régimen extensivo. Su alimentación de base es la leche materna hasta los 4 meses y forrajes y pastos. El sacrificio se realiza en los mataderos autorizados, con pesos mínimos de 160 kilos tanto para machos como para hembras. El período de maduración es de 7 días desde el sacrificio hasta su venta al consumidor.

DATOS BÁSICOS: Las 87 ganaderías con 2.500 cabezas de ganado (hembras) inscritas en el Consejo Regulador comercializan anualmente 200.000 kilos de carne de ternera bajo la Indicación Geográfica Protegida.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- GUIJUELO **
- JAMÓN DE HUELVA **/✪
- LOS PEDROCHES ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- JAMÓN DE TREVÉLEZ ✪
- JAMÓN DE SERÓN *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

- JAMÓN SERRANO **



ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- JAMÓN DE TERUEL ✪

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 **/✪
- JAMÓN DE HUELVA **/✪

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 1.927 explotaciones de cerdos de cebo y 103 empresas elaboradoras. La producción anual es de 85.000 jamones y 85.000 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 77 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 2.542 explotaciones de cerdos de cebo, más de 25.656 cerdas reproductoras y 76 empresas elaboradoras. Anualmente se comercializan 250.000 jamones y 200.000 paletas.

Jamón de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de paletas y jamones curados está constituida por 31 términos municipales de la Sierra de Huelva, con Aracena, Cortegana, Cumbres Mayores y Jabugo como núcleos principales. La zona de producción de porcino comprende las dehesas arboladas de encinas, alcornoques y quejigos de Huelva, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Málaga, Cáceres y Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Los cerdos son de raza Ibérica. El secado y sudado de los jamones ha de durar un mínimo de 6 meses en secaderos naturales, y la maduración se prolonga hasta 18 meses para jamones y 12 para paletas. Según la alimentación del cerdo, los jamones se clasifican en Ibérico de Bellota, Ibérico de Recebo o Ibérico de Pienso.

DATOS BÁSICOS: Están registradas más de 500 explotaciones de cerdos de cebo, más de 3.600 cerdas reproductoras, 15 mataderos y 35 empresas elaboradoras. La comercialización actual es de unos 75.000 jamones y paletas con DOP.

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

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de los cerdos protegidos por la Denominación Específica Jamón de Trevélez abarca el área geográfica de toda Andalucía. Las actividades de elaboración y maduración de jamones y paletas se limitan a nueve 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 o sus cruces. El jamón se elabora con pernil de cerdo blanco de macho castrado y hembra de la máxima calidad, 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 que producen una media anual de 122.000 jamones con DE Jamón de Trevélez.

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.

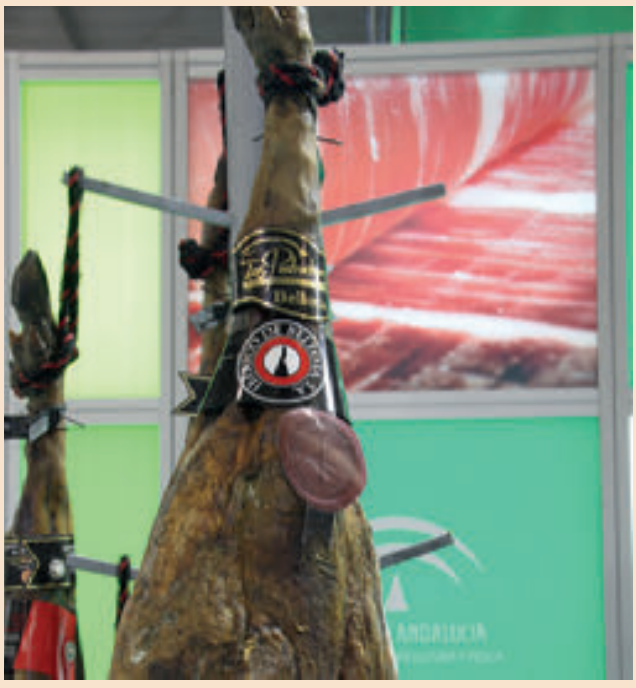
Jamón Serrano

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).

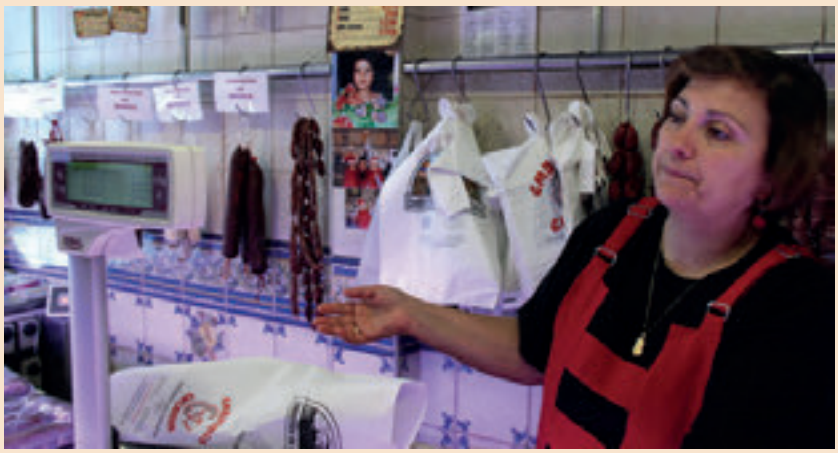


DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

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 CHIVO DE VEGACERVERA
- CHORIZO ZAMORANO
- IBÉRICOS DE SALAMANCA
- FARINATO DE CIUDAD RODRIGO







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
- 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 7 empresas que elaboran y comercializan 268.486 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 3 y los 5 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 7 empresas, que producen una media de 77.000 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 188 explotaciones, 8 mataderos, 9 salas de despiece y 7 industrias cárnicas. Los cerdos sacrificados superan los 5.304. Anualmente se comercializan cerca de 5.518 piezas amparadas por la Indicación Geográfica Protegida, cuyo peso se aproxima a los 20.000 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 ganado para la producción de carnes destinadas a la elaboración de Llonganissa de Vic procede de las razas Landrace, Duroc, Large White o del cruce entre ellas. Los cerdos deben ser castrados antes del comienzo de su engorde y sacrificados con 8 meses de vida como mínimo, con pesos medios que oscilen entre 115 y 130 kilos. La Llonganissa de Vic se elabora utilizando como base la carne de cerdo. Posteriormente se embute en tripa natural y madura durante un plazo mínimo de 45 días.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 8 empresas elaboradoras, que comercializan anualmente más de 150.000 piezas de Salchichón de Vic, cuyo peso aproximado es de 80.000 kilos. Más del 90% se destina al mercado interior.

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.



Huevos



La producción de huevos tiene en España mucha importancia económica y social. En 2012, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.324,3 millones de euros expresados en valores corrientes, un 37,8% más que en 2011. También en 2012 el sector de los huevos supuso el 8,1% de la Producción Final Animal y el 3,1% de la Producción Final de la Rama Agraria.

La media de gallinas estimadas al acabar el ejercicio 2012 rondaba los 46,7 millones de animales, un 5,7% menos que un año antes.

Las comunidades con un mayor censo de gallinas ponedoras en 2012 fueron Castilla-La Mancha (26% del total), Castilla y León (19%) y Cataluña (9%) y la Comunidad Valenciana (9%).

Al igual que en los últimos años, la balanza comercial del sector de los huevos tuvo un saldo positivo en 2012, ya que las exportaciones fueron muy superiores a las importaciones, si bien tanto unas como otras registraron descensos con relación al año anterior.

Así, se importaron en total 42.893 toneladas de huevos (con y sin cáscara), y se vendieron en el exterior 115 millones de toneladas, entre comercio intra y extra comunitario. A este respecto, hay que destacar que la mayor parte de los intercambios comerciales en el sector de los huevos se producen con los países de la Unión Europea, pues España lidera junto a Francia el ranking de estas producciones con aproximadamente el 12% del total.

En 2012 también se produjo un aumento significativo de los precios de los huevos, en contra de lo sucedido en años anteriores. Concretamente, el precio de los huevos de los gramajes L o M se situó en 159,06 euros/100 kilogramos, un precio muy por debajo de los niveles medios de la Unión Europea, que superaban los 162 euros/100 kilogramos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012*
HUEVOS DE GALLINA	890	816	819	823
OTROS HUEVOS	4	4	4	4
TOTAL	**894**	**820**	**823**	**827**

**Estimaciones. FUENTE: MAGRAMA.*



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 POR GALLINA (Unidades)
2009	46.353	258
2010	51.108	260
2011	51.000	259
2012*	46.787	263

**Estimaciones. FUENTE: MAGRAMA.*



PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	60.678	63.572	63.800	62.000
UE	6.713	6.730	6.754	6.558
ESPAÑA	**894**	**820**	**823**	**827**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.*

HUEVOS EN LA UE

En la UE, el valor de la producción de huevos supone en torno al 2% de la Producción Final Agraria. En 2012, el censo de ponedoras se situó en 357,7 millones de aves.

Además de España, destacan por el volumen de su parque de ponedoras Francia (13% del total), Italia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido y Polonia

Con respecto al comercio exterior, el saldo de la balanza comercial de la UE fue muy negativo, ya que las exportaciones descendieron y aumentaron las importaciones. Sin embargo, las ventas al exterior siguen siendo muy superiores a las compras.

PRODUCCIONES DE HUEVOS EN LA UE (Miles de toneladas)

PAÍS	2011	2012*
ALEMANIA	771	817
AUSTRIA	99	99
BÉLGICA/LUXEMBURGO	162	163
CHIPRE	8	8
DINAMARCA	76	76
ESLOVAQUIA	76	76
ESLOVENIA	22	21
ESPAÑA	**820**	**827**
ESTONIA	11	11
FINLANDIA	62	61
FRANCIA	884	837
GRECIA	100	100
PAÍSES BAJOS	711	687
HUNGRÍA	156	166
IRLANDA	44	43
ITALIA	723	698
LETONIA	41	41
LITUANIA	51	51
MALTA	5	5
POLONIA	637	637
PORTUGAL	128	125
REINO UNIDO	704	699
REPÚBLICA CHECA	188	188
SUECIA	104	104
OTROS	437	367
TOTALES	**6.988**	**6.907**

**Estimación. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAGRAMA.*

OTRAS AVES DE PUESTA

Si bien la mayor parte de los huevos que se producen en España procede de gallinas ponedoras, también hay una parte de la producción nacional que procede de otro tipo de aves de puesta.

Dentro del total, las gallinas selectas suponen el 90% de las aves de puesta, mientras que las gallinas camperas el 9% y el 1% restante se lo reparten entre pavas, patas, ocas y avestruces.

Las ponedoras selectas suelen explotarse en granjas industriales mediante regímenes intensivos, que a veces no requieren superficie agraria o requieren muy poca.

Las gallinas camperas tienen menos limitaciones de espacio y su alimentación no es tan intensiva como las de las baterías industriales, aunque complementan la comida que encuen-

tran 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.

Por regiones, la producción intensiva de huevos se concentra en Castilla-La Mancha (35%), Castilla y León (18%) y Cataluña (9%), mientras que la producción de huevos de gallinas camperas está fuertemente asentada en Galicia (42%), Castilla y León (10%) y Andalucía (8%).

Asimismo, los huevos de pavas predominan en Andalucía (50%) y en Galicia (15%) y los de pata en Galicia (38%), Cantabria (34%) y Extremadura (11%).

Dentro del sector de los huevos de ave también habría que englobar una pequeña producción de huevos de avestruz.

Una gallina de raza selecta pone al cabo del año más de cuatro veces su propio peso en huevos, por lo que puede ser considerada como una máquina para producir proteínas, lípidos e hidratos de carbono. Estos huevos contienen los principios nutritivos citados, así como vitaminas y sales minerales, por lo que resultan alimentos muy equilibrados. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de huevos ha sufrido en nuestro país, y en toda la Unión Europea, una drástica reconversión, provocada por el nuevo marco productivo europeo que obligaba a respetar unas normas de alojamiento de las gallinas ponedoras. Esto ha provocado la necesidad de realizar fuertes inversiones y el cierre de muchas instalaciones. Se estima que el sector ha realizado inversiones de alrededor de 600 millones de euros desde 2010 para adaptarse a las nuevas exigencias de las autoridades europeas. A mediados del año pasado se encontraban en actividad 937 granjas ponedoras, un 28% menos que en el ejercicio precedente y apenas la mitad que en 2006. El 51% de las instalaciones existentes mantienen la producción en jaulas, un 26,5% en suelo, un 14,2% es de gallinas camperas, y un 6,6% de producción ecológica. Hay que recordar que en 2011 el 97,2% de las granjas mantenía la producción en jaula, lo que muestra la profundidad de los cambios registrados en el sector. Aparte de las granjas de ponedoras, se encuentran en actividad alrededor de 800 centros de envasado y embalaje de huevos, la mayoría de ellos vinculados a algunas granjas de ponedoras o pertenecientes a integraciones avícolas. El principal grupo del sector registra una producción de 135 millones de docenas, mientras que el segundo llega a los 77,8 millones de docenas, el tercero ronda los 50,7 millones, el cuarto se queda en 38,1 millones y el quinto alcanza los 35 millones. Entre 20 y 33,5 millones de docenas aparecen otras seis empresas.

Las marcas de distribución acaparan el 70,4% de todas las ventas en volumen y el 65,2% en valor, aunque las previsiones disponibles sugieren que esos porcentajes se reducirán en el próximo ejercicio debido a la aparición de nuevas ofertas de mayor valor añadido (huevos camperos, ecológicos, etc.). ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Huevos Guillén, S.L.	120,00
Cooperativa Avícola y Ganadera de Burgos *	67,00
Dagu, S.A.	65,50
Camar Agroalimentaria, S.L. - Grupo	62,70
Ovo Foods, S.A.	38,00
Huevos Pitas, S.A.	35,20
Explot. Avícolas José Luis Redondo, S.A. *	35,00
Granja San Miguel, S.A.T.	35,00
Granjas Cantos Blancos, S.A.	28,16
S.A.T. Avicultores del Centro (ACE)	25,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



COMERCIO EXTERIOR

A pesar del difícil periodo que ha atravesado el sector productor de huevos en nuestro país, las exportaciones han continuado siendo una auténtica alternativa para colocar la producción que no puede ser absorbida por el mercado interior. Durante 2012 se exportaron 50.630 toneladas de huevos por un valor de 63,7 millones de euros. Esas cifras suponen unos significativos descensos interanuales del 47% en volumen y del 23,9% en valor. Los huevos para el consumo constituyen el 82,6% de ese comercio exterior. A bastante distancia aparecen los huevos enteros sin cáscara (9%), los huevos para incubar (4,7%), las yemas de huevos (2,3%) y las ovoalbúminas (1,5%). A pesar de esa disminución las exportaciones continúan siendo mucho más voluminosas que las importaciones, ya que estas se quedaron en apenas 7.560 toneladas, un 10,8% menos que en el ejercicio anterior, por un valor de 11,6 millones de euros (+15,8%). Los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de huevos son otros países de



la Unión Europea, entre los que destacan Francia (42,9% del total), Italia (22%), Portugal (19,3%), Reino Unido (7,4%), Alemania (2,1%), Países Bajos (1,9%) y Andorra (1,6%). Por lo que hace referencia a las importaciones, nuestros proveedores más importantes son Portugal (57,2% del total), Estados Unidos (9,9%), Francia (9,4%), Polonia (8,1%), Alemania (6,1%), Países Bajos (2,8%), Eslovaquia (1,5%), Reino Unido (1,2%) y Eslovenia (1,1%). ○

OVOPRODUCTOS

En España están registradas 57 empresas como fabricantes de ovoproductos. Se estima que alrededor del 15% de la producción de huevos se destina a la industria alimentaria, repartiéndose entre la elaboración de ovoproductos y el consumo de huevos como ingrediente en la elaboración de otros alimentos, entre los que destacan la elaboración de tortillas y la fabricación de productos de bollería y galletas. Los ovoproductos son "productos obtenidos a partir del huevo, de sus diferentes componentes o sus mezclas, una vez quitadas la cáscara y las membranas y que están destinados al consumo humano; podrán estar parcialmente completados por otros productos alimenticios o aditivos; podrán hallarse en estado líquido, concentrado, desecado, cristalizado, congelado, ultracongelado o coagulado".



La producción anual estimada en nuestro país es de unas 110.000 toneladas de ovoproducto líquido, a las que hay que añadir unas 5.500 toneladas de huevo cocido, huevo en polvo y otros. La principal empresa del sector supera las 35.000 toneladas anuales, mientras que otros dos operadores registran volúmenes de producción en torno a las 25.000 toneladas. Una parte significativa de estas empresas tiene una gran participación de capitales internacionales. Nuestro país exporta alrededor de 12.000 toneladas de huevos sin cáscara, unas 3.000 toneladas de yemas y 1.950 toneladas de otros ovoproductos. Durante 2012 se reportaron incrementos notables de importaciones de ovoproductos provenientes de países extracomunitarios, debido a la insuficiencia de la producción interna. ○

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron un total de 6.086 millones de unidades de huevos y gastaron 857,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 132 unidades de consumo y 18,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 129 unidades por persona y año), de los que cerca de 13 unidades fueron ecológicos, mientras que el consumo de huevos de otras aves fue de tan solo 3 unidades por persona al año. En términos de gasto, los huevos de gallina concentran el 98,4% del gasto, con un total de 18,3 euros por persona, y dentro de ellos los huevos de gallina ecológicos alcanzan 2,6 euros. Por su parte, los huevos de otras aves presentan un pequeño porcentaje del 1,6% y un total de 30 céntimos de euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	PER CÁPITA (unidades)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL HUEVOS	**6.086,0**	**132,1**	**857,1**	**18,6**
HUEVOS GALLINA	5.922,5	128,6	842,7	18,3
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	619,5	13,4	118,7	2,6
HUEVOS OTRAS AVES	163,5	3,5	14,4	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 2012 presenta distintas particularidades:

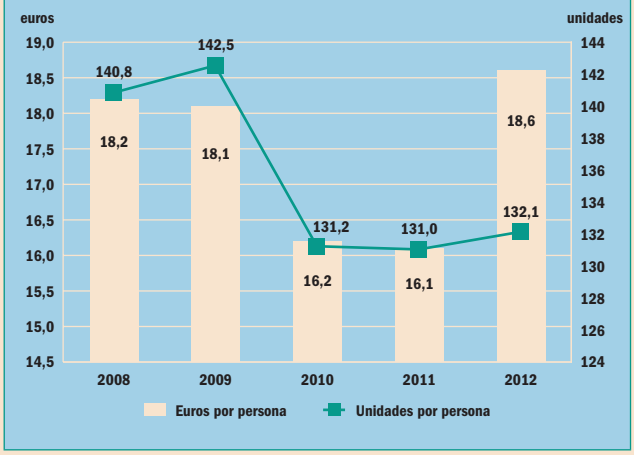
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de huevos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 municipios (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 entre 2.000 y 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, 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, Cantabria, Castilla y León y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Galicia y Canarias.*

Evolución de la demanda

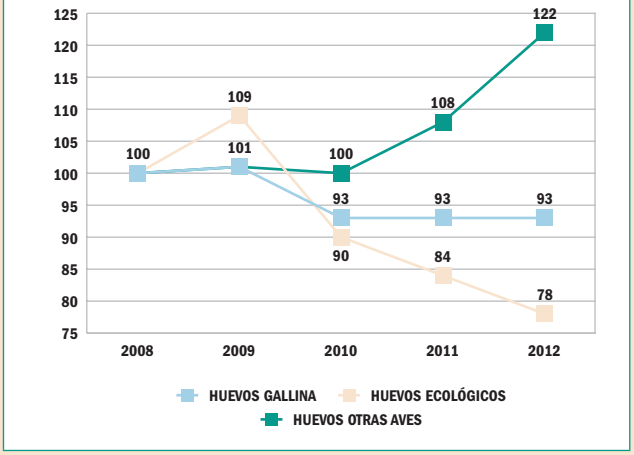
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos ha descendido en 9 unidades por persona y el gasto ha aumentado 40 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2009 (142,5 unidades), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2012 (18,6 euros por consumidor).

En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de huevos de otras aves aumenta y, por el contrario, en huevos de gallina y huevos de gallina ecológicos se produce un descenso.

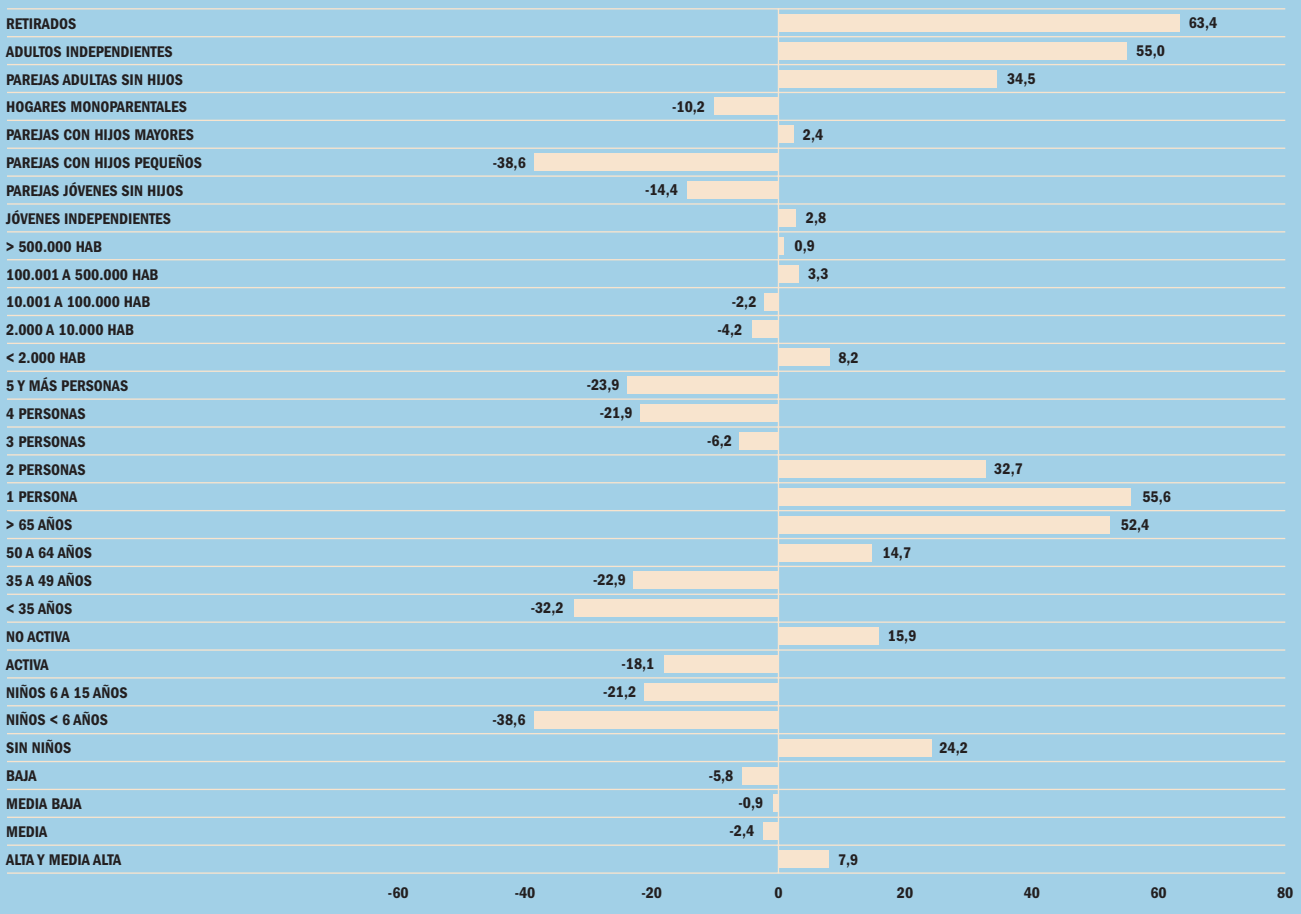
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE HUEVOS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HUEVOS (2008=100), 2008-2012

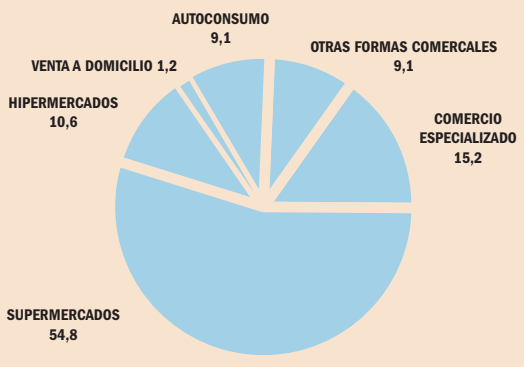


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HUEVOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 132 huevos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (54,8% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 15,2%, el hipermercado representa el 10,6%, y el autoconsumo el 9,1%. La venta a domicilio supone el 1,2%, y las otras formas comerciales concentran un 9,1% de la cuota de venta global. ○

Productos de la pesca y la acuicultura

La producción mundial de productos de la pesca y la acuicultura llega, según la FAO, a unos 154 millones de toneladas, de los que 90,4 millones corresponden a la pesca de captura (87,3% a la pesca marítima y 12,7% a la continental) y otros 63,6 millones de toneladas a la acuicultura (69,7% a la acuicultura continental y 30,3% a la marítima). El suministro mundial de alimentos pesqueros ha aumentado considerablemente en las cinco últimas décadas, con una tasa media de crecimiento del 3,2% anual en el periodo de 1961 a 2009, superando el índice de crecimiento de la población mundial del 1,7% anual. China es la principal potencia pesquera mundial, tanto en pesca extractiva como en acuicultura. A mucha distancia se sitúan India, Perú, Indonesia, Estados Unidos, Japón, Chile, Rusia, Filipinas y Myanmar. Nuestro país aparece como el dieciseisavo productor pesquero mundial.

En España las capturas de la flota pesquera superaron ligeramente en el último ejercicio computado las 860.220 toneladas, por un valor estimado de 1.965,1 millones de euros. Por su parte, las producciones acuícolas en nuestro país llegaron hasta unas 275.000 toneladas, por un valor de 503,2 millones de euros. Los pescados frescos representan el 57,5% de todas las capturas en volumen y el 66,9% en valor, mientras que los restantes 42,5% en volumen y 33,1% en valor corresponden a los pescados congelados. Dentro de los pescados frescos la principal partida es la compuesta por los peces (441.880 toneladas y 990 millones de euros), seguidos por los moluscos (43.200 toneladas y 206,2 millones de euros) y los crustáceos (8.730 toneladas y 115,3 millones de euros). Otros productos pesqueros representan las restantes 730 toneladas y 2,1 millones de euros. En el caso de los pescados congelados, los peces aparecen también como la oferta más importante (346.430 toneladas y 551,3 millones de euros). Por detrás aparecen los moluscos (15.020 toneladas y 55,5 millones de euros) y los crustáceos (3.900 toneladas y 43,9 millones de euros). Dentro de las especies capturadas por la flota pesquera española, atendiendo a su volumen, destacan los atunes, bonitos y agujas (208.786 toneladas), seguidos por los bacalaos, merluzas y eglefinos (117.985 toneladas), los tiburones, rayas y quimeras (104.680 toneladas), peces pelágicos diversos (94.486 toneladas), los arenques, sardinas y anchoas (88.142 toneladas), peces demersales diversos (60.110 toneladas) y calamares, jibias y pulpos, con 46.834 toneladas. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El número total de embarcaciones pesqueras en el mundo es de aproximadamente 4,36 millones. Alrededor del 74% faena en aguas marinas y el 26% restante opera en aguas continentales. La flota pesquera de la Unión Europea está compuesta por cerca de 80.970 buques, con un arqueo de 1,6 millones de toneladas, una potencia de casi 6,6 millones de caballos, una eslora promedio de 9 metros y una antigüedad media de 28 años. Por su parte, la flota pesquera española estaba compuesta en 2012 por 10.120 embarcaciones, con un arqueo total de casi 384.800 toneladas, una potencia de 1,18 millones de caballos, una eslora media de 10,9 metros y una antigüedad media de 30 años. La flota pesquera tiende a reducirse de año en año (-3,7% durante el último ejercicio).

Los buques de artes menores constituyen el 76,9% de toda la flota pesquera, seguidos por los arrastreros (10,9%), los cerqueros (6,5%), los palangreros (4%), los de redes de enmalle (0,8%) y los de artes fijas (0,7%). El 0,1% restante no tiene tipo asignado. Un 47,9% de la flota pesquera española está registrada en Galicia, seguida a mucha distancia por Andalucía (15,9%), Cataluña (8,9%), Canarias (8,5%), Comunidad Valenciana (6%), Baleares (3,9%), Asturias (3%), País Vasco (2,2%), Murcia (2,1%), Cantabria (1,4%) y Ceuta (0,3%). En términos generales, se considera que las actividades pesqueras y acuícolas generan unos 41.000 puestos de trabajo directos y alrededor de otros 160.000 empleos indirectos. La renta pesquera se situó durante el último ejercicio computado en 770,7 millones de euros.

Las empresas dedicadas a la transformación de pescado son unas 510, de las que más de la mitad se encuentran en Galicia. La plantilla global de estas empresas llega a las 18.390 personas.

Hay unas 440 empresas mayoristas especializadas en la comercialización de pescados en la red de Mercas, con una facturación de 3.920 millones de euros y 656.600 toneladas comercializadas en 2012, de las que el 57% estaba compuesto por pescado fresco, el 19% por marisco fresco, y el 24% por pescado y marisco congelado. ○

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos de la pesca y la acuicultura resulta muy negativo para España, ya que a pesar de contar con una importante flota pesquera y con la segunda producción acuícola europea, las demandas del mercado interior exceden de manera muy clara a la capacidad productiva instalada.

Durante 2012 las importaciones españolas de productos pesqueros llegaron hasta casi 1.376.900 toneladas, por un valor de 4.516,6 millones de euros, mientras que las exportaciones se situaron en 920.560 toneladas, con un valor de 2.741,3 millones de euros. Estas cifras arrojan un saldo comercial negativo para nuestro país de casi 1.775,3 millones de euros y una tasa de cobertura del 60,7%. Las importaciones registraron unos descensos interanuales del 15,5% en volumen y del 14,2% en valor. Por su parte, las exportaciones se redujeron también en un 12,7% en volumen y en un 7,9% en valor. Las importaciones de productos pesqueros provienen mayoritariamente de países no pertenecientes a la Unión Europea, con porcentajes del 72,8% del total en volumen y del 72,4% en valor. Por lo que hace referencia a las exportaciones españolas en este sector, los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, ya que hacia ellos se dirige el 61,4% de todo ese comercio exterior en volumen y el 71,8% en valor.

Según la FAO, nuestro país aparece como el tercer importador mundial de productos pesqueros, por detrás tan sólo de Estados Unidos y Japón. A continuación de España aparecen China, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Suecia y Corea del Sur. La cuota conjunta de estos 10 países representa el 62,6% de todas las importaciones registradas a nivel mundial. Por lo que hace referencia a los principales exportadores mundiales de productos pesqueros la relación se encuentra encabezada por China, seguida por Noruega, Tailandia, Vietnam, Estados Unidos, Dinamarca, Canadá, Países Bajos, España y Chile. Estos 10 países acaparan el 52,8% del total de exportaciones de productos pesqueros. ○



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, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mercasevilla, Mercavalencia y Mercazaragoza.

En 2012, las ventas totales de productos pesqueros, frescos y congelados en la Red de Mercas ascendieron a unas 660.000 toneladas. A través de los Mercas se comercializa en torno al 51% del consumo nacional de pescados y mariscos. El valor de los productos pesqueros comercializados en la Red de Mercas en 2012 se acercó a 4.000 millones de euros. ○

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS Y CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS

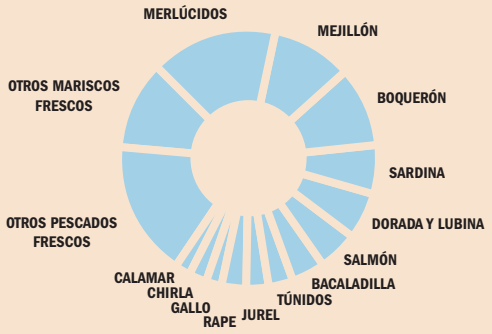
MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	2.133	11,8
MERCALICANTE	1.210	7,1
MERCASTURIAS	3.019	17,8
MERCABADAJOZ	890	4,2
MERCABARNA	162.500	953,9
MERCABILBAO	29.152	163,5
MERCACÓRDOBA	6.965	24,9
MERCAGALICIA	202	1,2
MERCAGRANADA	10.325	48,2
MERCAIRUÑA	3.466	22,7
MERCAJEREZ	326	1,5
MERCALASPALMAS	2.655	15,7
MERCALEÓN	1.369	8,5
MERCAMADRID	140.481	949,7
MERCAMÁLAGA	43.029	219,9
MERCAMURCIA	10.345	78,8
MERCAPALMA (M. PEIX)	7.915	46,7
MERCASALAMANCA	2.334	12,7
MERCASEVILLA	20.081	77,9
MERCAVALENCIA	184.672	1.098,8
MERCAZARAGOZA	23.518	153,1
TOTAL RED	**656.588**	**3.918,7**

Datos de 2012.

FUENTE: Mercasa.

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2012)

MERLÚCIDOS	16
MEJILLÓN	10
BOQUERÓN	10
SARDINA	6
DORADA Y LUBINA	6
SALMÓN	5
BACALADILLA	4
TÚNIDOS	3
JUREL	3
RAPE	3
GALLO	2
CHIRLA	2
CALAMAR	2
OTROS PESCADOS FRESCOS	17
OTROS MARISCOS FRESCOS	11



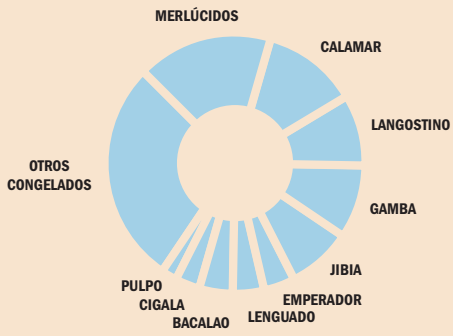
FUENTE: Mercasa.





COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2012)

MERLÚCIDOS	17
CALAMAR	12
LANGOSTINO	9
GAMBA	9
JIBIA	8
EMPERADOR	4
LENGUADO	4
BACALAO	4
CIGALA	3
PULPO	2
OTROS CONGELADOS	28



FUENTE: Mercasa.

Elaboración adaptada a sus necesidades.

Del mar a su mesa en 24horas.

Calidad total, tanto en productos como en procesos.

SERPESKA®

¡Para servirle!

Vehículos bitemperatura para el envío de sus pedidos.

Atención personalizada las 24 horas del día.



Oficina central
Avda.Andalucía km 11,300
28021 Madrid
Tlf.: (34) 91 795 22 11
Fax: (34) 91 797 83 77

www.serpeska.com

gm@serpeska.com
pedidos@serpeska.com

Mercamadrid
Puesto 99
28053Madrid
Tlf.: (34) 91 785 11 00
Fax: (34) 91 785 74 89

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS DE LA PESCA

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 1.215 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 8.856,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 26,4 kilos de consumo y 192,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (11,8 kilos por persona y año), lo que representa un 44,7% del consumo total de productos de la pesca, seguido del marisco y molusco fresco (4,3 kilos per cápita y 16,4% del consumo total) y de las conservas de pescado y molusco (4,1 kilos per cápita y 15,5% de consumo). Por su parte, los pescados congelados representan consumos menores, alcanzando

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PESCA	**1.215,0**	**26,4**	**8.856,8**	**192,2**
PESCADOS	685,6	14,9	4.609,4	100,1
PESCADOS FRESCOS	540,9	11,8	3.691,5	80,1
PESCADOS CONGELADOS	144,7	3,1	917,8	19,9
MERLUZA Y PESCADILLA	177,1	3,8	1.161,2	25,2
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	131,2	2,8	869,9	18,9
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	45,9	1,0	291,3	6,3
SARDINA Y BOQUERÓN	67,6	1,5	330,6	7,2
BOQUERONES FRESCOS	38,2	0,8	199,7	4,3
SARDINAS FRESCAS	27,9	0,6	124,3	2,7
ATÚN Y BONITO	30,6	0,7	251,2	5,5
TRUCHA FRESCA	14,7	0,3	80,6	1,7
LENGUADO	36,3	0,8	323,7	7,0
LENGUADO FRESCO	31,9	0,7	287,0	6,2
LENGUADO CONGELADO	4,4	0,1	36,8	0,8
BACALAO	40,5	0,9	303,1	6,6
BACALAO FRESCO	23,3	0,5	165,4	3,6
BACALAO CONGELADO	17,2	0,4	137,7	3,0
CABALLA FRESCA	18,1	0,4	71,9	1,6
SALMÓN	50,2	1,1	395,4	8,6
SALMÓN FRESCO	46,1	1,0	351,2	7,6
SALMÓN CONGELADO	4,1	0,1	44,2	1,0
LUBINA	16,0	0,3	134,9	2,9
DORADA	32,4	0,7	227,7	4,9
RODABALLO	5,7	0,1	51,1	1,1
RAPE	19,3	0,4	193,0	4,2
OTROS PESCADOS	177,2	3,8	1.085,1	23,6
OTROS PESCADOS FRESCOS	104,0	2,3	677,2	14,7
OTROS PESCADOS CONGELADOS	73,2	1,6	407,9	8,9
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	340,4	7,4	2.525,1	54,8
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS CONGELADOS	112,5	2,4	906,2	19,7
MARISCO Y MOLUSCOS FRESCOS	196,5	4,3	1.349,7	29,3
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	31,4	0,7	269,2	5,8

los 3,1 kilos por persona al año (11,7% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, que también suponen 3,1 kilos per cápita y el 11,7% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 41,7%, con un total de 80,1 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 19,5% y un total de 37,4 euros por persona. A continuación, se encuentran el marisco y molusco fresco, que alcanza el 15,2% del gasto total en productos de la pesca (29,3 euros por persona); y los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, con un porcentaje del 13,3% y 25,5 euros por persona. Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 10,3% y 19,9 euros por persona y año.

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PESCA	**1.215,0**	**26,4**	**8.856,8**	**192,2**
ALMEJAS Y BERBERECHO	31,0	0,7	240,7	5,2
ALMEJAS CONGELADO	5,9	0,1	32,9	0,7
BERBERECHOS CONGELADOS	0,0	0,0	0,0	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	25,1	0,5	207,8	4,5
MEJILLÓN	57,0	1,2	146,4	3,2
MEJILLÓN CONGELADO	2,8	0,1	16,6	0,4
MEJILLÓN FRESCO	54,2	1,2	129,8	2,8
CALAMARES Y PULPO	68,5	1,5	490,3	10,6
CALAMARES CONGELADOS	17,1	0,4	108,9	2,4
PULPO CONGELADO	4,1	0,1	35,3	0,8
CALAMAR Y PULPO FRESCO	47,3	1,0	346,0	7,5
GAMBAS Y LANGOSTINOS	101,6	2,2	917,4	19,9
GAMBAS Y LANGOSTINO CONGELADO	62,1	1,3	536,4	11,6
GAMBAS Y LANGOSTINO COCIDO	19,0	0,4	164,8	3,6
GAMBAS Y LANGOSTINO FRESCO	20,5	0,4	216,3	4,7
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	82,2	1,8	730,4	15,9
OTROS MARISCOS CONGELADOS	20,3	0,4	176,1	3,8
OTROS MARISCOS COCIDOS	12,4	0,3	104,4	2,3
OTROS MARISCOS FRESCOS	49,5	1,1	449,8	9,8
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	189,0	4,1	1.722,3	37,4
SARDINAS	11,7	0,3	91,4	2,0
ATÚN	99,7	2,2	718,0	15,6
CHICHARRO Y CABALLA	6,8	0,1	54,1	1,2
MEJILLONES	13,5	0,3	108,5	2,4
BERBERECHOS	3,1	0,1	64,3	1,4
ALMEJAS	1,3	0,0	14,3	0,3
CALAMARES	3,8	0,1	24,1	0,5
PULPO	1,2	0,0	9,0	0,2
ANCHOAS	4,4	0,1	79,8	1,7
SALMÓN AHUMADO	5,5	0,1	108,2	2,3
TRUCHA AHUMADA	0,2	0,0	4,8	0,1
OTROS AHUMADOS	3,1	0,1	39,2	0,9
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	34,5	0,7	406,6	8,8

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

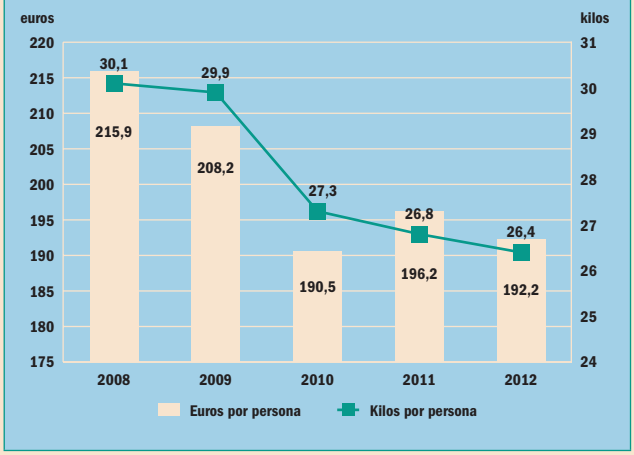
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 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, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Castilla y León y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Baleares y, sobre todo, Canarias.*

Evolución de la demanda

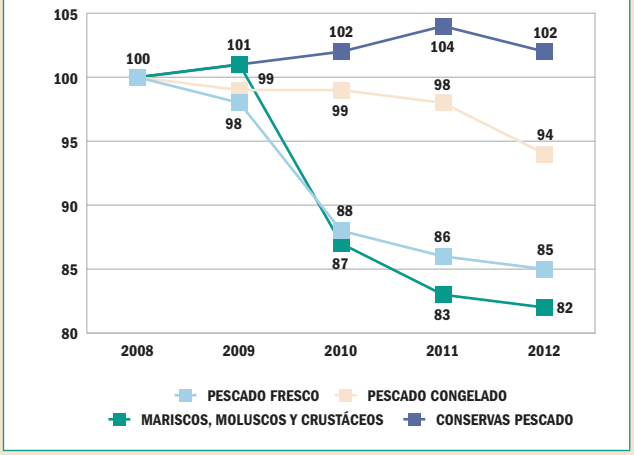
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca ha caído 3,7 kilos por persona y el gasto ha descendido 23,7 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2008 (30,1 kilos y 215,9 euros por consumidor).

En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de conservas de pescado aumenta y, por el contrario, en pescado congelado y fresco, y en mariscos, moluscos y crustáceos, se produce un descenso.

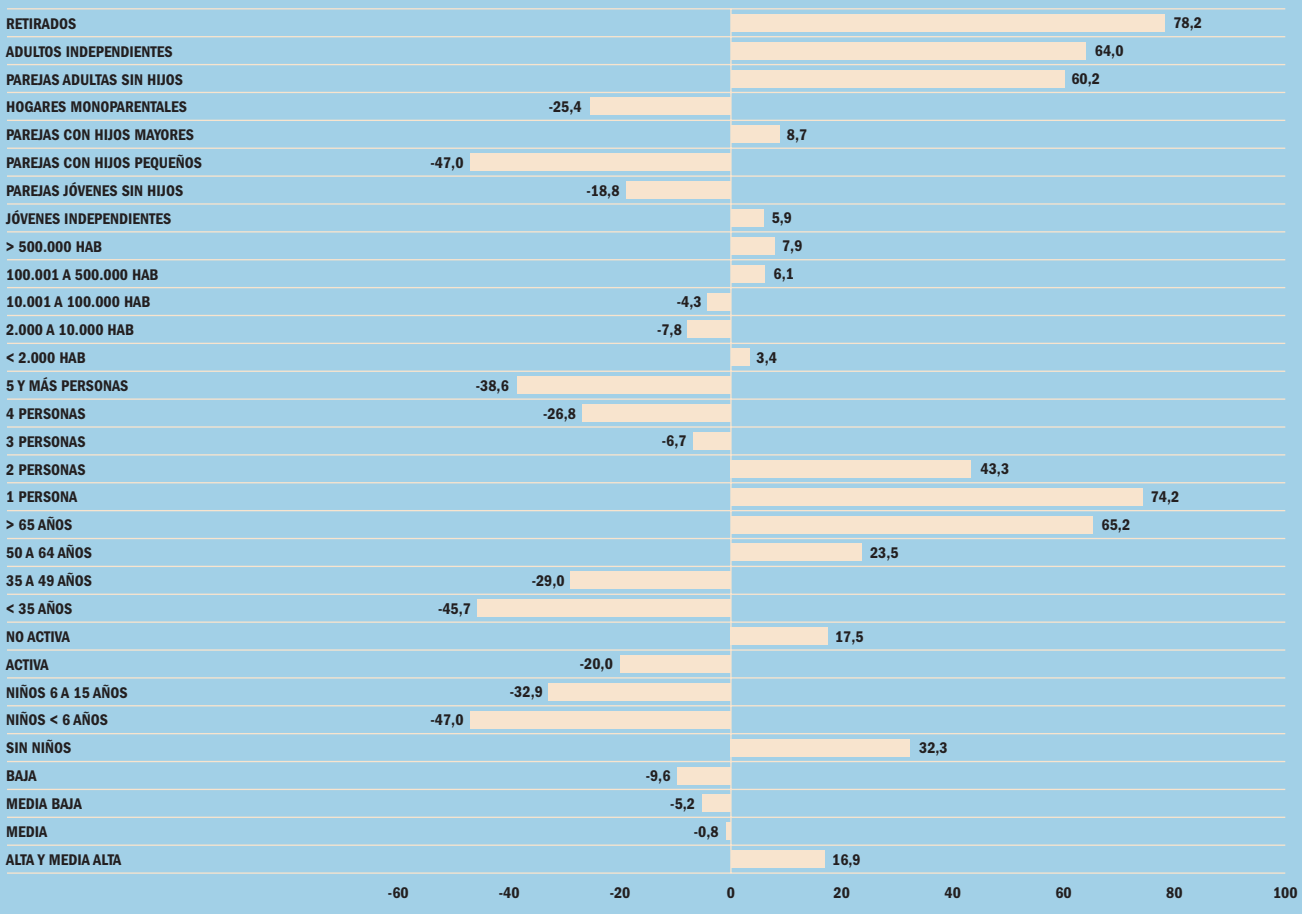
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PESCADO, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PESCADO (2008=100), 2008-2012

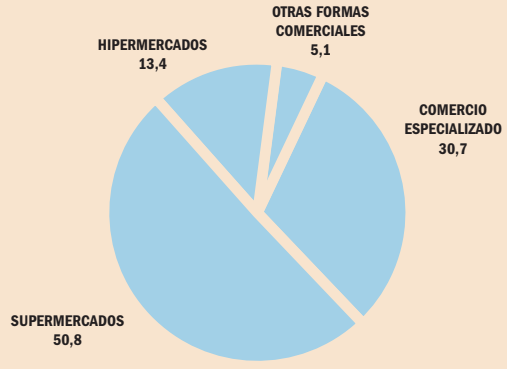


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PESCA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 26,4 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (50,8% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 30,7%, mientras que el hipermercado concentra el 13,4%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,1% restante.

Pescado y marisco fresco



Las capturas de la flota pesquera española destinadas a su consumo en fresco llegaron hasta las 494.535 toneladas, por un valor de 1.313,7 millones de euros. Estas cifras suponen unas significativas reducciones interanuales del 10,8% en volumen y del 8,2% en valor. La principal partida en volumen y valor es la formada por los peces, con 441.880 toneladas y algo más de 990 millones de euros, aunque disminuyó en un 11,2% en volumen y un 10,4% en valor. A continuación aparecen los moluscos, con casi 43.200 toneladas y 206,2 millones de euros (-9,5% en volumen y +3,3% en valor), seguidos por los crustáceos, con algo menos de 8.730 toneladas y un valor cercano a los 115,3 millones de euros, lo que significa un ligero incremento en volumen del 0,3%, mientras que su valor se redujo en un 7,9% en valor. Existe una pequeña partida adicional formada por erizos y otros equinodermos que apenas suponen 730 toneladas y 2,2 millones de euros (+7,2% en volumen y +5,3% en valor).

Dentro de los peces, la principal partida es la de los bacalaos, merluzas y eglefidos, con 61.990 toneladas y 172,3 millones de euros, seguida por la de arenques, sardinas y anchoas (88.120 toneladas y 125,8 millones de euros), la de atunes, bonitos y agujas (35.980 toneladas y 118,6 millones de euros) y la de platijas, halibuts y lenguados (15.360 toneladas y 62,1 millones de euros). Hay que tener en cuenta que son también muy importantes las partidas de peces marinos no identificados (50.760 toneladas y 127 millones de euros), peces costeros diversos (33.020 toneladas y 124,3 millones de euros), peces demersales diversos (33.070 toneladas y 121,7 millones de euros) y peces pelágicos diversos (93.830 toneladas y 106,4 millones de euros).

Entre los moluscos destacan los calamares, jibias y pulpos, con 31.810 toneladas y 128,2 millones de euros, seguidos por almejas, berberechos y arcas (10.390 toneladas y 74 millones de euros). Por lo que hace referencia a los crustáceos, la partida más importante es la de gambas y camarones (4.320 toneladas y 67,4 millones de euros). A continuación aparecen las de bogavantes y langostas (1.230 toneladas y 23,5 millones de euros) y de cangrejos y centollas (1.570 toneladas y 7,4 millones de euros). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el caladero nacional faenan algo más de 9.720 embarcaciones, lo que supone el 96,1% de toda la flota pesquera española. El 53,2% lo hace en el caladero cantábrico-noroeste. A continuación aparecen las flotas de los caladeros mediterráneo (29,2% del total), Canarias (8,4%), golfo de Cádiz (8,2%) y los que no tienen asignado caladero (0,9%). Aparte de estos buques, hay que tener en cuenta que 143 buques faenan en otros caladeros atlánticos de la Unión Europea. La antigüedad de los buques que faenan en el caladero nacional es de 30 años, mientras que la de los que lo hacen en otros caladeros de la Unión Europea es de apenas 13 años. En los distintos caladeros nacionales se encuentran en actividad 921 barcos de arrastre, 630 de cerco, 305 de palangre, 85 de redes de enmalle y 7.782 de artes menores. Por lo que hace referencia a los caladeros de la Unión Europea, hay 74 arrastreros y 69 de artes fijas.

En nuestro país están en actividad alrededor de 180 lonjas, en las que se comercializa en torno al 70% de todo el pescado fresco que se desembarca. La primera empresa dedicada a la comercialización de pescado refrigerado registra unas ventas de 550 millones de euros, mientras que la segunda llega a los 108,4 millones de euros, la tercera se queda en los 70 millones de euros, la cuarta ronda los 61 millones de euros y la quinta supera los 52 millones de euros. Entre los 30 y los 36 millones de euros aparecen otros cinco operadores. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PESCADOS REFRIGERADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Caladero, S.L. - Grupo *	550,00
Ubago Group Mare, S.L. *	108,43
Isidro de la Cal – Fresco, S.L. *	70,00
Pescafresca, S.A.	60,76
Culmarex, S.A.U.	52,00
Grupo Astorgana *	36,00
Stolt Sea Farm, S.A.	35,00
Proa Internacional, S.L. *	30,00
Copesco & Sefrisa, S.A. *	30,00
Angulas Aguinaga Burgos, S.L. *	30,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de pescados frescos y refrigerados resulta muy negativa para nuestro país, ya que las importaciones doblan en volumen y valor a las exportaciones. Durante el último ejercicio computado se registraron unas importaciones de más de 199.360 toneladas, por un valor superior a los 681,5 millones de euros, frente a unas exportaciones por debajo de las 78.330 toneladas y 340 millones de euros. Las importaciones registraron unos descensos interanuales del 13,1% en volumen y del 17,9% en valor, mientras que el comportamiento de las exportaciones tampoco fue positivo, con caídas del 10,7% en volumen y del 7,5% en valor. Los principales proveedores de pescados frescos y refrigerados para el mercado español son otros países de la Unión Europea, con 167.540 toneladas, prácticamente la misma cifra que el ejercicio precedente, y 575,3 millones de euros (+4,4%).

Por lo que hace referencia a las exportaciones, estas se dirigen de forma casi exclusiva hacia otros países de la Unión Europea, ya que ese comercio exterior representa el 94,5% del total en volumen y el 84,1% en valor. El saldo comercial en el grupo de los pescados frescos y refrigerados es negativo para nuestro país en casi 341,5 millones de euros y arroja una tasa de cobertura de apenas el 49,9%. En el caso de los filetes y carnes de pescado, las importaciones superaron las 169.140 toneladas, por un valor de 528,3 millones de euros, mientras que las exportaciones se quedaron en 44.830 toneladas y 231,7 millones de euros. El saldo comercial fue negativo para España en 296,6 millones de euros, con una tasa de cobertura del 43,9%.





Acuicultura

La acuicultura se va convirtiendo en una alternativa importante frente a la pesca de captura tradicional. Se considera que la acuicultura, con una producción mundial de alrededor de 63,6 millones de toneladas contribuye con el 41,3% a la producción pesquera total. Dentro de la acuicultura, es la continental la que tiene mayor importancia, con 44,3 millones de toneladas, mientras que otros 19,3 millones de toneladas corresponden a la acuicultura marítima. Según las estadísticas de la FAO, las mayores producciones acuícolas se concentran en Asia, donde destacan China, con 36,7 millones de toneladas, India (4,6 millones), Vietnam (2,7 millones) e Indonesia (2,3 millones). En América los principales productores son Chile (701.060 toneladas) y Estados Unidos (479.400 toneladas). En África el primer productor es Egipto (919.580 toneladas), seguido por Nigeria (200.530 toneladas). En Oceanía destaca Nueva Zelanda (110.590 toneladas), mientras que en Europa los principales productores son Noruega (1.008.010 toneladas), España (252.350 toneladas), Francia (224.400 toneladas) y Reino Unido (201.090 toneladas).

Según las estadísticas del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las diferentes producciones acuícolas de nuestro país durante el último ejercicio llegaron a 274.250 toneladas, por un valor de casi 503,2 millones de euros. Las producciones acuícolas de peces se situaron en más de 61.550 toneladas y 365,2 millones de euros, mientras que las de crustáceos, moluscos y plantas alcanzaron las 212.700 toneladas y los 137,9 millones de euros. Dentro de los peces marinos destacan las producciones de lubina (99,3 millones de euros), dorada (94,7 millones de euros), rodaballo (50,6 millones de euros) y atún rojo (45,5 millones de euros). La trucha arco iris es la principal producción de peces de agua dulce (57,1 millones de euros). Por lo que hace referencia a los moluscos, el mejillón es el principal producto acuícola, con más de 112,4 millones de euros. A mucha distancia aparecen las almejas japonesas (7,4 millones de euros), las almejas babosas (3,6 millones de euros), las ostras (3,5 millones de euros) y los berberechos (3,2 millones de euros). Entre los crustáceos destacan las producciones de langostinos japoneses, con cerca de 1 millón de euros.





ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los establecimientos con producción acuícola en España son 5.120, de los que 4.937 corresponden a la acuicultura marina y los restantes 183 a la acuicultura continental. Por tipos de establecimiento, 178 se encuentran en tierra firme, 75 en enclaves naturales, 1.161 son de cultivo horizontal, 3.659 de cultivo vertical y los últimos 47 de cultivo en jaulas. Los establecimientos con cultivos acuícolas llegan hasta 5.434. El número total de personas empleadas en la acuicultura en España son 27.180, mientras que el número de personas que trabajan a tiempo completo durante todo el año es de apenas 6.640.

Galicia es la comunidad autónoma con mayor producción acuícola de España, con alrededor del 78% del total. A mucha distancia aparecen la Comunidad Valenciana (4,3%), Cataluña (3,7%), Andalucía (3,4%), Canarias (3,2%), Castilla y León (2,1%), Aragón (0,5%) y Asturias (0,4%). La acuicultura en España ha sido impulsada por algunas de las principales empresas españolas especialistas en pesca, por filiales de enormes compañías multinacionales o por algunos operadores especialistas en la producción de alguna especie concreta. La producción del mejillón, por el contrario, se encuentra muy atomizada. En Galicia hay más de 3.570 bateas dedicadas en su mayoría al mejillón, además de 1.340 parques de cultivo de moluscos, fundamentalmente de almeja, 22 granjas marinas y 17 criaderos de peces planos y moluscos.

Productos congelados

La flota pesquera española capturó 365.360 toneladas de productos pesqueros que se destinaron a su consumo congelado, cuyo valor rondó los 650,7 millones de euros. Estas cifras indican importantes incrementos interanuales del 70,8% en volumen y del 66,5% en valor. El grupo más importante es el de los peces, con 346.430 toneladas y 551,3 millones de euros, seguidos por los moluscos (15.020 toneladas y 55,5 millones de euros) y los crustáceos (3.900 toneladas y 43,9 millones de euros). Dentro de los peces, la principal partida en volumen y valor destinada a su consumo congelado es la de atunes, bonitos y agujas, con 172.800 toneladas y 290,8 millones de euros. A bastante distancia aparecen los bacalaos, merluzas y eglefidos (56.000 toneladas y 123,4 millones de euros), seguidos por tiburones, rayas y quimeras (75.170 toneladas y 41,7 millones de euros), peces demersales diversos (27.040 toneladas y 41,2



millones de euros), platijas, halibuts y lenguados (7.520 toneladas y 26,9 millones de euros) y peces costeros diversos (6.630 toneladas y 25,3 millones de euros). Dentro de los moluscos, la práctica totalidad de la producción se concentra en la partida de calamares, jibias y pulpos, con 15.020 toneladas, con un valor de mercado de 55,5 millones de euros. Por último, entre los crustáceos destacan las producciones de gambas y camarones, con 1.600 toneladas y 28,9 millones de euros y las de crustáceos marinos diversos (2.240 toneladas y 14,7 millones de euros). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas de pescados congelados en nuestro país se encuentra conmocionado por la situación de crisis que registra su principal operador, una multinacional de origen gallego que ha dominado el mercado de manera muy clara durante los últimos tiempos. Esta compañía mantiene líneas de negocio en la pesca de captura tradicional (para fresco y congelado) y en la acuicultura. Su producción ronda las 175.000 toneladas anuales y consigue el 57% de su facturación fuera de España, mientras que el segundo grupo llega a las 51.200 toneladas (47% de su facturación en mercados internacionales), el tercero se queda en 42.800 toneladas (60% de todas sus ventas fuera de nuestras fronteras) y otras cuatro empresas presentan cifras de producción en torno a las 40.000 toneladas. Otros cinco grupos presentan producciones entre 30.000 y 38.000 toneladas, mientras que otros cinco se sitúan entre 20.000 y 28.000 toneladas. Por último, aparecen otros 32 comercializadores con volúmenes de ventas entre 10.000 y 16.000 toneladas. El mercado nacional muestra claros síntomas de madurez e, incluso, tiende a perder cuotas de venta, lo que genera una difícil situación en los principales operadores del sector. La concentración, la incursión en líneas de negocio afines, como las conservas de pescado o los platos preparados y la internacionalización aparecen como las más claras apuestas para superar la actual situación. Las marcas de distribución son muy importantes en estos mercados y representan más del 60% del total de ventas en volumen en el caso de los mariscos congelados y cerca del 65% en el de los pescados. Junto a la principal enseña con marca propia controlan más de dos tercios de todas las ventas. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pescanova, S.A. - Grupo *	1.670,64
Nestlé España, S.A. *	1.425,00
Europastry, S.A. *	380,00
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	226,18
Ultracongelados Virto, S.A.	210,10
Pescapuerta, S.A.	205,00
Grupo Amasúa, S.A. *	205,00
Freiremar, S.A. - Grupo *	185,00
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	170,00
Pescatrade, S.A.	170,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de pescado congelado aparece, junto a la de los peces vivos, como la única partida dentro de los productos de la pesca y la acuicultura que presenta un saldo claramente positivo para nuestro país. Así, durante 2012 se exportaron 418.580 toneladas de pescados congelados, por un valor de 731,5 millones de euros. Estas cifras indican, no obstante, reducciones interanuales del 17,7% en volumen y del 6,8% en valor. Por su parte, las importaciones llegaron hasta 266.880 toneladas, un 21% menos que en 2011, cuyo valor de mercado fue de 593,8 millones de euros (-2,7%). El saldo comercial fue de 137,8 millones de euros a favor de nuestro país, con una tasa de cobertura del 123,2%, mientras que en 2011 el saldo llegó hasta los 174,9 millones de euros y la tasa de cobertura al 128,7%. Las exportaciones de pescados congelados se realizan mayoritariamente hacia países no pertenecientes a la Unión Europea, con más de 302.160 toneladas y cerca de 417,2 millones de euros. Por lo que hace referencia a las importaciones, estas provienen también de manera preferente de países terceros, llegando en este caso hasta las 200.160 toneladas y los 473 millones de euros.

Donde las importaciones son claramente superiores a las exportaciones es en el caso de los crustáceos, ya que las primeras rondan las 93.340 toneladas, mientras que las segundas se quedan en 23.510 toneladas. En los moluscos también se genera un saldo negativo para nuestro país, especialmente en la partida de calamares. Los principales proveedores de marisco congelado para el mercado español son Argentina, Ecuador, China, Reino Unido, Tailandia y Nicaragua.



Conservas de pescado

La producción española de conservas y semiconservas de pescado y marisco llegó durante 2012 a unas 348.660 toneladas, lo que supuso una reducción interanual del 3%. El incremento del precio medio de los pescados y mariscos en lonja y, también, el del aceite de oliva, unido a la situación de crisis por la que atraviesa nuestro país explican este mal resultado del sector. El valor de mercado de las conservas se incrementó en un 5,6%, hasta llegar a 1.486 millones de euros, mientras que en el ejercicio precedente el aumento fue también de un importante 6,1%. Frente a la atonía del mercado interior es el comercio exterior el que permite mantener un cierto dinamismo entre los principales operadores del sector.



Las conservas de túnidos constituyen la principal partida del mercado español de conservas, con el 70,8% de todas las ventas en volumen y el 62,3% en valor. En términos absolutos, las ventas de conservas de atún claro, atún, bonito y ventresca crecieron un 1,2% en volumen y un 9,1% en valor. Este último incremento fue provocado fundamentalmente por el atún claro (+9,3%) y el bonito (+8.9%). Por el contrario, la oferta más económica, la del atún, redujo sus ventas en un 2,4%. A mucha distancia aparecen las conservas de mejillones, con porcentajes respectivos del 8,1% y del 8,4%, seguidas por las de sardinillas (4,2% en volumen y valor), caballa (3,5% y 3,3%), sardinas (2,7% y 2,3%), anchoas (2,6% y 6,7%), calamares (2,4% y 1,7%), berberechos (2,2% y 5,9%), melva (0,9% y 1,4%), almejas (0,9% y 1,2%), pulpo (0,8% en volumen y valor), navajas (0,5% y 1%), chipirones (0,2% y 0,5%) y zamburiñas (0,2% y 0,3%). Durante el último ejercicio destacaron los incrementos de las ventas en volumen de las zamburiñas (+20,8%), las sardinillas (+15,8%) y la caballa (+7,7%). También tuvieron un buen comportamiento los mejillones, con un aumento interanual del 3,8%. En sentido contrario, hay que destacar la caída en las ventas de conservas de sardinas (-20,1%), con un aumento de precio del 16%. Las capturas de sardinas se redujeron durante 2012 en un 23%, lo que explica su incremento en valor.

CASA SOMO RROSTRO







Especialidad en pescados finos y mariscos.

Elaboración de su pescado en la forma que desee: filetes, lomos, rodajas, etc.

Enviamos a toda España.

Ideal salones de bodas, banquetes, eventos, etc.

Mercamadrid - Ptos. 61/62
Ctra. Villaverde-Vallecas, km 3,8
28053 Madrid
T.: (034) 915 074 021
F.: (034) 915 076 904
casomorrostro@yahoo.es

www.casasomorrostro.com

Búscame en MERCACHEF y hazme tu pedido

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las industrias de procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos en actividad en nuestro país son 513, un 7% menos que en el ejercicio precedente. El número de personas ocupadas en esas industrias es de 18.390. De forma más específica, se considera que las conserveras operativas en España son algo menos de 150, de las que el 45% se encuentra radicado en Galicia. El sector conservero español constituye la primera zona productora de conservas de pescado y marisco de la Unión Europea y el segundo mundial, por detrás de Tailandia. Para Galicia constituye un sector estratégico, ya que contribuye con el 3% del PIB autonómico.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y SALAZONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Luis Calvo Sanz, S.A. - Grupo *	566,20
Grupo Jealsa Rianxeira, S.A.*	501,00
Frinsa del Noroeste, S.A.	362,28
Grupo Garavilla *	280,00
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	170,00
Ubago Group Mare, S.L. *	108,43
Hijos de Carlos Albo, S.L. *	85,00
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	80,00
Compre y Compare, S.A. *	78,00
Ignacio González Montes, S.A.	65,14

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.





El grupo más importante del sector alcanza una producción de 120.000 toneladas, con unas ventas de unos 600 millones de euros. El segundo llegó hasta las 113.250 toneladas y los 487 millones de euros, mientras que el tercero se quedó en 170.000 toneladas, superando los 380 millones de euros. El cuarto operador rondó las 100.000 toneladas y los 320 millones de euros y el quinto se situó en 20.000 toneladas y 98 millones de euros. Con facturaciones entre 40 millones y 90 millones de euros aparecen otras nueve empresas, mientras que entre los 20 millones y los 38 millones de euros se encuentran otras seis.

Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado y acaparan el 73,7% de todas las ventas en volumen y el 64,9% en valor. Por su parte, la primera oferta con marca de fabricante presenta unos porcentajes del 6,3% y del 6,5% respectivamente, mientras que la segunda llega hasta el 4,5% y el 4,9% respectivamente y la tercera se queda en el 3,4% y el 6,4%. El incremento de los precios de las marcas blancas ha hecho que se reduzca su ritmo de crecimiento, recuperando cuotas las ofertas marquistas. ○



COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de conservas de pescado y marisco llegaron durante 2012 hasta cerca de 169.700 toneladas, lo que supuso un importante descenso interanual del 7%. El valor de todas esas importaciones se situó en casi 716 millones de euros, un 12% más que en el ejercicio precedente. Las principales conservas importadas fueron las de atún, con el 54,5% del total en volumen y el 61% en valor, seguidas a mucha distancia por las anchoas (5,9% en volumen y 6% en valor), el surimi (9,5% en volumen y 4,2% en valor) y las sardinas (2,9% y 2,1% respectivamente). Nuestros principales proveedores de conservas de pescado son Ecuador (19,2% del total en volumen y 20,1% en valor), Marruecos (11,3% y 15,6%), China (7,9% y 4%), Chile (4,9% y 7,3%), Argentina (4,2% y 2,5%), Cabo Verde (3,4% y 4,7%) y Reino Unido (1,4% y 3,4%). Desde el punto de vista de los continentes, puede indicarse que algo menos de la mitad de todas las importaciones españolas de conservas de pescado provienen de América.

Por lo que hace referencia a las exportaciones, estas se redujeron en un 3,7%, quedando en 152.580 toneladas. Su valor, por el contrario, se incrementó en un 5%, rozando los 703 millones de euros. El principal producto exportado es el atún, ya que representa el 63,3% de todas las ventas en volumen y el 68,2% en valor. A pesar de su importancia, durante el pasado año esas exportaciones cayeron un 9,9% en volumen y un 2,1% en valor. También son importantes las exportaciones de semiconservas de anchoas, con 6.920 toneladas (-12,5%), por un valor de 37,7 millones de euros (+4%). Las exportaciones de sardinas crecieron en un 2,3% en volumen (2.350 toneladas) y un 13,5% en valor (9,8 millones de euros), mientras que el comportamiento de las exportaciones de conservas de mejillones fue negativo, con caídas del 25,9% en volumen (1.410 toneladas) y del 29,9% en valor (5,3 millones de euros). Atendiendo a los mercados de destino de las exportaciones españolas de conservas de pescado y marisco, el principal mercado es de Italia, con el 37,7% del total de ventas en volumen y el 39,3% en valor. A continuación aparecen Francia (19,7% y 20,9% respectivamente), Portugal (11,9% y 9,6%), Reino Unido (5,5% y 4,3%), Alemania (5% en volumen y valor) y Marruecos (2,7% y 1,4%). Las exportaciones hacia otros países europeos acaparan el 90,9% de todas las ventas en volumen y el 90,4% en valor. ○

Ahumados

La producción de pescados ahumados se acercó durante el último ejercicio computado a las 11.740 toneladas, con un incremento interanual del 2,5%. La facturación total del sector llegó a los 178,2 millones de euros, un 6,4% más que en el año anterior. Estas cifras muestran que el sector de pescados ahumados ha encontrado un nicho claro en el mercado español y presenta buenas perspectivas de crecimiento. El salmón constituye el 82,3% de toda la producción en volumen y el 82,6% en valor y ha experimentado incrementos interanuales del 5% y del 11,4% respectivamente. El resto de la presentaciones registraron, por el contrario, disminuciones interanuales del 7,7% en volumen y del 12,4% en valor. En el mercado nacional, el salmón ahumado acapara el 91,1% de todas las ventas en volumen y el 90,6% en valor. A mucha distancia aparecen la trucha (3,5% y 3,3% respectivamente), el bacalao (2,7% y 3,4%), la palometa (1,5% y 1%) y los surtidos, con cuotas del 0,9% y del 1,2%. Todas las otras presentaciones representan los restantes 0,3% en volumen y 0,4% en valor. Los mayores incrementos interanuales en sus ventas se han registrado en los surtidos (+25% en volumen y +23,6% en valor). ●

COMERCIO EXTERIOR

El saldo del comercio exterior de pescados ahumados es claramente negativo para España, tanto en volumen como en valor. Las importaciones llegaron durante el último ejercicio a algo menos de 1.110 toneladas, con un importante incremento interanual del 16,8%, mientras que las exportaciones cayeron un 15,9%, quedando en algo menos de 596 toneladas. En valor la diferencia es menos acusada, aunque también negativa para España, ya que las importaciones superaron los 10,1 millones de euros, un 30,1% más que en el año anterior, y las exportaciones se quedaron en 7 millones de euros, con una reducción interanual del 13,9%.

La mayor parte de la materia prima con la que trabaja la industria de ahumados de nuestro país debe ser importada, de manera preferente de Noruega. También se reciben algunas partidas elaboradas de ahumados de Dinamarca y Alemania, alrededor de 300 toneladas en cada caso. Por lo que hace referencia a las exportaciones españolas de pescados ahumados, estas se dirigen de manera preferente hacia otros países europeos, entre los que sobresalen Italia y Portugal. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de pescados ahumados en nuestro país se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos, entre los que se detecta una importante presencia de capitales internacionales. También las marcas de distribución tienen un peso fundamental en este mercado. El grupo líder registra una producción de 3.400 toneladas, con unas ventas cercanas a los 50 millones de euros, mientras que el segundo llega a las 1.450 toneladas y los 23 millones de euros y el tercero se sitúa en 1.350 toneladas y 16,5 millones de euros. Otros cuatro operadores presentan volúmenes de producción entre 1.175 y 1.250 toneladas, con ventas que oscilan entre los 14,3 y los 19,6 millones de euros. Las ocho primeras empresas del sector controlan el 80% de todas las ventas. Las marcas de distribución acaparan el 83,6% de todas las ventas en volumen de pescados ahumados en el libreservicio y el 76,7% en valor, mientras que la primera oferta de fabricante presenta unos porcentajes del 4,9% en volumen y del 8,1% en valor y el segundo llega hasta el 2,3% y el 3,8%. En el caso de salmón ahumado, los porcentajes de las marcas blancas son todavía más importantes, con el 85,1% en volumen y el 77,9% en valor frente a unas cuotas del 5,1% y del 8,3% respectivamente de la primera oferta con marca propia y del 2,3% y el 3,5% de la segunda. ○





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 ETA HEGALABURRA (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: La zona de cultivo es el espacio marítimo interior de las rías gallegas de A Coruña y Pontevedra habilitado para el cultivo de mejillón en batea: Ría de Ares-Sada, Ría de Muros-Noia, Ría de Arousa, Ría de Pontevedra y Ría de Vigo.

CARACTERÍSTICAS: Es un producto totalmente natural, pues su cultivo no incorpora ningún aporte ajeno al medio. Es un alimento sano y saludable, con un elevado valor nutricional, rico en proteínas, vitaminas, sales minerales y omega 3, y bajo en calorías. Está garantizado bajo estrictos controles higiénico-sanitarios y de certificación de calidad, que satisfacen las mayores exigencias del consumidor.

DATOS BÁSICOS: En los registros del Consejo Regulador están inscritas 3.314 bateas, casi la totalidad de las existentes en Galicia, que producen al año entre 250 y 300 millones de kilos, y 49 empresas comercializadoras del mejillón de Galicia con DOP.





Olivar



A nivel mundial, España es el primer productor y exportador de aceite de oliva y de aceitunas de mesa. Además, cuenta también con la mayor superficie de cultivo destinada al olivar y el mayor número de olivos.

La superficie dedicada al olivar de España ascendía en 2012 a 2.439.660 hectáreas, con una densidad media por hectárea de 12 árboles. De la superficie total, en torno a 70.000 hectáreas no estaban en producción, pues son olivares aislados, en montañas, etc. Igualmente, de la superficie total 77.734 hectáreas son de olivar para aceituna de mesa y cerca de 55.000 hectáreas de doble aptitud (aceituna de mesa o de almazara). Sobre el total, algo menos de 2 millones de hectáreas son olivares de secano y el resto de regadío.

En mayor o menor medida, la producción de aceituna está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el 60% de los olivos españoles y, por tanto, el grueso de la producción.

Extremadura, con el 12% aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas el olivar se ha ido extendiendo a zonas menos habituales, como Galicia.

En 2012, Andalucía produjo el 79% del aceite de España, seguida de Castilla-La Mancha con el 7% y de Extremadura con el 4% (en esta región buena parte de la producción de aceituna se destinaba a aderezo).

En España hay unas 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se considera ambivalente, debido a su elevado contenido en agua, lo que 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 mercado valora de forma creciente las variedades de aceituna y las diferencias de sabor entre unos y otros aceites.

El valor de los productos obtenidos del olivar en España supuso en 2012 el 8,4% de la Producción Vegetal y el 4,9% de la Rama Agraria, porcentajes muy superiores a los del año precedente, algo que por otra parte también sucedió en 2011.

La producción de aceite de oliva en 2012, estimada a efectos de calcular la renta agraria, aumentó en cantidad un 14,6% y en valor un 4,4%. Hay que tener en cuenta que estos datos se obtienen con los valores de la campaña oleícola 2011/12, que fue muy buena en cantidad. El valor generado por el sector se situó en 2.114 millones de euros a precios corrientes.

El aceite de oliva producido finalmente en la campaña 2012/13 ha ascendido a 613.900 toneladas, lo que supone una reducción del 62% respecto a la del pasado año, que fue por otra parte una cosecha récord para España.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009/10	2010/2011	2011/2012	2012/2013*
ACEITE DE OLIVA	1.153	1.390	1.613	613
ACEITUNA DE MESA	493	598	520,4	487,2

**Estimación. Fuente: MAGRAMA.*

La aceituna molturada ha sido 3.337.941 toneladas, con un rendimiento medio de 18,36% (-2,8 puntos por debajo de la campaña anterior).

Respecto al comercio exterior, en la campaña las importaciones se estiman en 81.400 toneladas y las exportaciones se cuantificaron en 382.500 toneladas, con un descenso del 32% con respecto a la campaña anterior y del 23% en relación a la media de las cuatro últimas campañas.

La media mensual de salidas exportadas en los primeros ocho meses de campaña (octubre 2012-mayo 2013) fue de 47.810 toneladas.

Finalmente, el volumen total de existencias que había a junio de 2012 ascendía a 681.300 toneladas, cuando un año antes no se alcanzaba el millón de toneladas.

En España, unos 350.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y entregan su aceituna en las cerca de 1.750 almazaras distribuidas en 13 comunidades autónomas.

También existen 61 extractoras de aceite de orujo, cada vez con mayores problemas debido a la práctica del remolido, y 24 refinerías de aceite lampante y de orujo.

Por su parte, el número de envasadoras, aunque cambia de una a otra campaña, se aproxima a las 1.550, la mayor parte de ellas vinculadas a almazaras.

PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2010/2011	2011/2012	2012/2013*
MUNDO	2.563	2.526	2.315
UE	828	720	666
ESPAÑA	**608**	**520,4**	**487,6**

**Estimación. Fuentes: COI y MAGRAMA.*

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011/2012	2012/2013*
ANDALUCÍA	420	393
EXTREMADURA	90,4	70,8
OTRAS CC AA	10	23,8
TOTAL ESPAÑA	**520,4**	**487,6**

**Estimación. Fuentes: MAGRAMA.*

PRODUCCIÓN DE ACEITE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2010/2011	2011/2012	2012/2013*
MUNDO	3.075	3.408	2.718
UE	2.205	2.516	1.739
ESPAÑA	**1.391**	**1.613**	**613**

**Estimación. Fuentes: COI y MAGRAMA.*

CONSUMO Y PRODUCCIÓN MUNDIAL

La producción mundial de aceite de oliva, según el Comité Oleícola Internacional (COI), ascendió a 2.718.000 toneladas en la campaña 2012/2013, lo que supuso un retroceso de 700.000 toneladas sobre la producción de la campaña precedente, en la que la producción mundial creció.

Hay que tener en cuenta que las campañas 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.

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 los países mediterráneos (Líbano, Turquía, etc.), también hay producción de aceite de oliva en países como Australia, Estados Unidos o Argentina.

Respecto al consumo mundial, en esta campaña ascendió a 3,13 millones de toneladas, frente a los 3,2 millones de



toneladas de la campaña anterior. Según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI), el mayor consumo de este tipo de aceite se concentra en la Unión Europea (1,8 millones de toneladas en la campaña 2012/13), pero también destacan por su consumo países como Estados Unidos (294.000 toneladas), Siria y Turquía.

Por otra parte, la producción de aceite en la Unión Europea se elevó a 1,74 millones de toneladas frente a los 2,52 millones de la campaña 2011/2012. Además de España, que ocupa el primer lugar en producción, otros países productores son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre y Eslovenia. El aceite de oliva representa aproximadamente el 1,2% del valor de la Producción Final Agraria comunitaria.

COMERCIO MUNDIAL

En cuanto al comercio mundial, en esta campaña las importaciones de aceite se elevaron a 743.500 toneladas y las exportaciones a 844.000 toneladas. Tanto en el caso de las importaciones como en el de las exportaciones, los datos de la campaña 2012/2013 son superiores a los de 2011/2012.

Casi la mitad de las exportaciones mundiales de aceite de oliva proceden de la Unión Europea, que sin embargo solo importa aceite de países terceros por un volumen cercano a las 120.000 toneladas.

España es el primer exportador mundial de aceite de oliva. El aceite español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas. También son importantes las ventas de aceite a Estados Unidos, Australia, Japón y Brasil.

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.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011/2012	2012/2013*
ANDALUCÍA	1.360	462
ARAGÓN	11	7,1
CASTILLA-LA MANCHA	113	40
CATALUÑA	22	26,3
COMUNIDAD VALENCIANA	23	26
EXTREMADURA	54,7	25
OTRAS CC AA	19	26,5
TOTAL ESPAÑA	**1.613**	**613,9**

**Estimación. FUENTES: COI y MAGRAMA.*

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA

	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2012/2013*
EXPORTACIONES				
ACEITE DE OLIVA	1.153	1.390	1.613	613
ACEITUNA DE MESA	493	598	520,4	487,2
IMPORTACIONES				
ACEITE DE OLIVA	39	47	40,3	81,4

**Estimación. FUENTES: Aduanas y MAGRAMA.*

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITES Y MARGARINAS

EMPRESA	MILES DE LITROS
Bunge Ibérica, S.A.	1.901,99
Cargill España - Grupo *	1.174,00
Deoleo, S.A. - Grupo *	960,81
Unilever España, S.A. - Grupo *	667,00
Miguel Gallego, S.A. (MIGASA) *	450,00
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (ACESUR) *	430,00
Sovena España, S.A.	419,00
Coop. Hojiblanca *	389,06
Aceites Borges Pont, S.A. *	300,00
Hermanos Ayala Sousa, S.L. *	205,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La mayoría de los productores de aceite de oliva se encuentran agrupados en unas 1.000 cooperativas. A continuación aparecen algo más de 1.750 almazaras. De ellas, el 45% se encuentra en Andalucía, aunque en producción su primacía es todavía más importante, con el 77% del total. Dentro de Andalucía la provincia de Jaén concentra el 40% de todas las ubicadas en esa comunidad autónoma. A mucha distancia se sitúan Castilla-La Mancha (14,1%), Cataluña (11,3%) y la Comunidad Valenciana (7,7%). El 23,3% de las almazaras españolas tiene una producción entre 20 y 100 toneladas, aunque el mayor peso productivo recae en las almazaras que producen entre 1.000 y 2.500 TM (34,1% del total, mientras que en número sólo suponen el 11%). Además se encuentran en actividad 61 industrias extractoras de aceite de orujo, con una producción de 56.000 toneladas de este aceite. De estas, el 62,3% está ubicado en Andalucía y el 14,7% en Castilla-La Mancha. Por último, están registradas en nuestro país 24 refinerías de aceite. Andalucía vuelve a ocupar el primer lugar en este caso, con el 62,5% del total, seguida por Cataluña (16,7%).

El valor estimado del conjunto del sector supera ampliamente los 3.000 millones de euros. El primer grupo comercializador de aceite de oliva envasado de nuestro país registra una producción de cerca de 77,5 millones de litros, en su práctica totalidad dirigido hacia las marcas de distribución. El segundo llega hasta los 69,7 millones de litros y el tercero se queda en 56,5 millones de litros. Entre los 35,2 millones y los 39 millones de litros aparecen otros tres operadores. Las marcas de distribución acaparan el 65,7% de todas las ventas en volumen y el 59,2% en valor, mientras que la primera oferta marquista presenta unos porcentajes respectivos del 9,5% y del 12,4%. ○

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena España, S.A.	77.491
Deóleo, S.A. - Grupo	69.704
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (ACESUR)	56.500
Aceites Maeva, S.L.	39.000
Urzante, S.L.	37.000
Grupo Ybarra-Migasa	35.200
F. Faiges, S.L.	26.980
Oleícola Hojiblanca, S.A.	26.500
AceitesToledo, S.A.	13.900
Grupo Eroski (Olilan)	10.000

Datos de 2012.
FUENTE: ALIMARKET.

COMERCIO EXTERIOR

España es el primer exportador mundial de aceite de oliva. Durante el último ejercicio computado las exportaciones alcanzaron un nuevo record, llegando hasta las 875.500 toneladas, lo que supuso un aumento del 5,7% en relación a las cifras del año anterior. Hay que indicar que un 54% de toda la producción de la campaña 2011/2012 se comercializó fuera de nuestras fronteras. Alrededor de un 67,6% de todas las exportaciones está compuesto por aceite de oliva virgen. A continuación aparecen el aceite de oliva refinado (19,6%), el aceite de orujo (7,4%) y el aceite de oliva virgen lampante (5,4%). En volumen, Italia continúa siendo el principal mercado de destino del aceite de oliva español, con el 41% del total. A continuación aparecen Portugal (10,4%), Estados Unidos (9,4%), Francia (8,2%), Reino Unido (4,3%), China (3,1%), Australia (2,4%), Japón (2,3%), Brasil (1,8%) y Rusia (1,2%). Durante los últimos tiempos se han realizado varias campañas de promoción internacional para ampliar los mercados del aceite de oliva español. Los países destinatarios de estos esfuerzos son las principales economías emergentes (China, India, Brasil), así como algunos clientes de mayor renta, como Estados Unidos, Japón y Australia. Uno de los grandes problemas que tiene el comercio exterior español de aceite de oliva es el predominio de las partidas a granel, con mucho menor valor añadido. De hecho las exportaciones de aceite de oliva envasado en formatos menores de 5 litros apenas supusieron 165.990 toneladas, mientras que las efectuadas en envases de más de 5 litros se quedaron en 224.700 toneladas.

Las importaciones tienen mucha menos importancia y alcanzaron en la campaña 2011/2012 las 59.800 toneladas, con un significativo incremento interanual del 37,5%. Durante las tres campañas anteriores los volúmenes importados fueron de 40.600, 45.900 y 43.500 toneladas respectivamente. ○

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 426,1 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.051,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 9,2 litros de consumo y 22,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de oliva no virgen (5,6 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva virgen (3,6 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva no virgen concentra el 56,6%, con un total de 12,9 euros por persona, mientras que el aceite de oliva virgen supone el 43,4% restante con un total de 9,9 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	**426,1**	**9,2**	**1.051,2**	**22,8**
OLIVA ECOLÓGICO	1,5	0,0	5,3	0,1
OLIVA VIRGEN	168,2	3,6	455,8	9,9
OLIVA VIRGEN EXTRA	112,3	2,4	322,4	7,0
RESTO ACEITE OLIVA	257,9	5,6	595,4	12,9

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2012 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 sin niños 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 municipios con censos de entre 100.000 y 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 menos de 2.000 habitantes.*

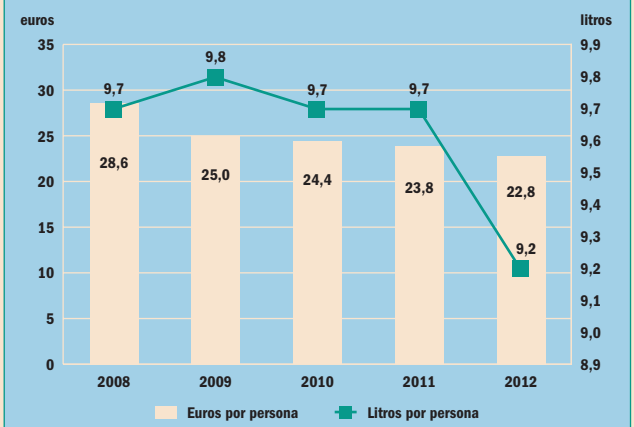


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Castilla y León y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana.*

Evolución de la demanda

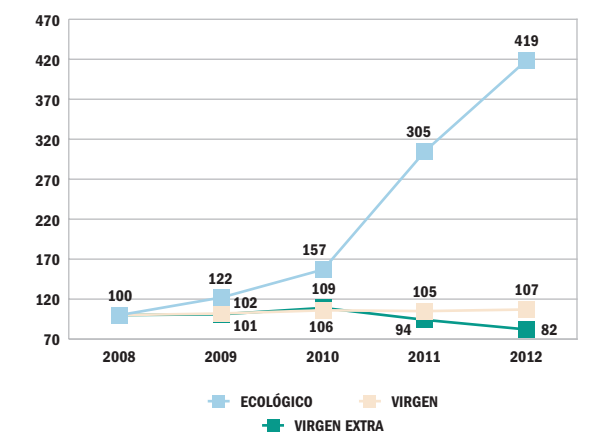
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva ha caído 0,5 litros por persona y el gasto ha descendido 5,8 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2009 (9,8 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2008 (28,6 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITE DE OLIVA, 2008-2012



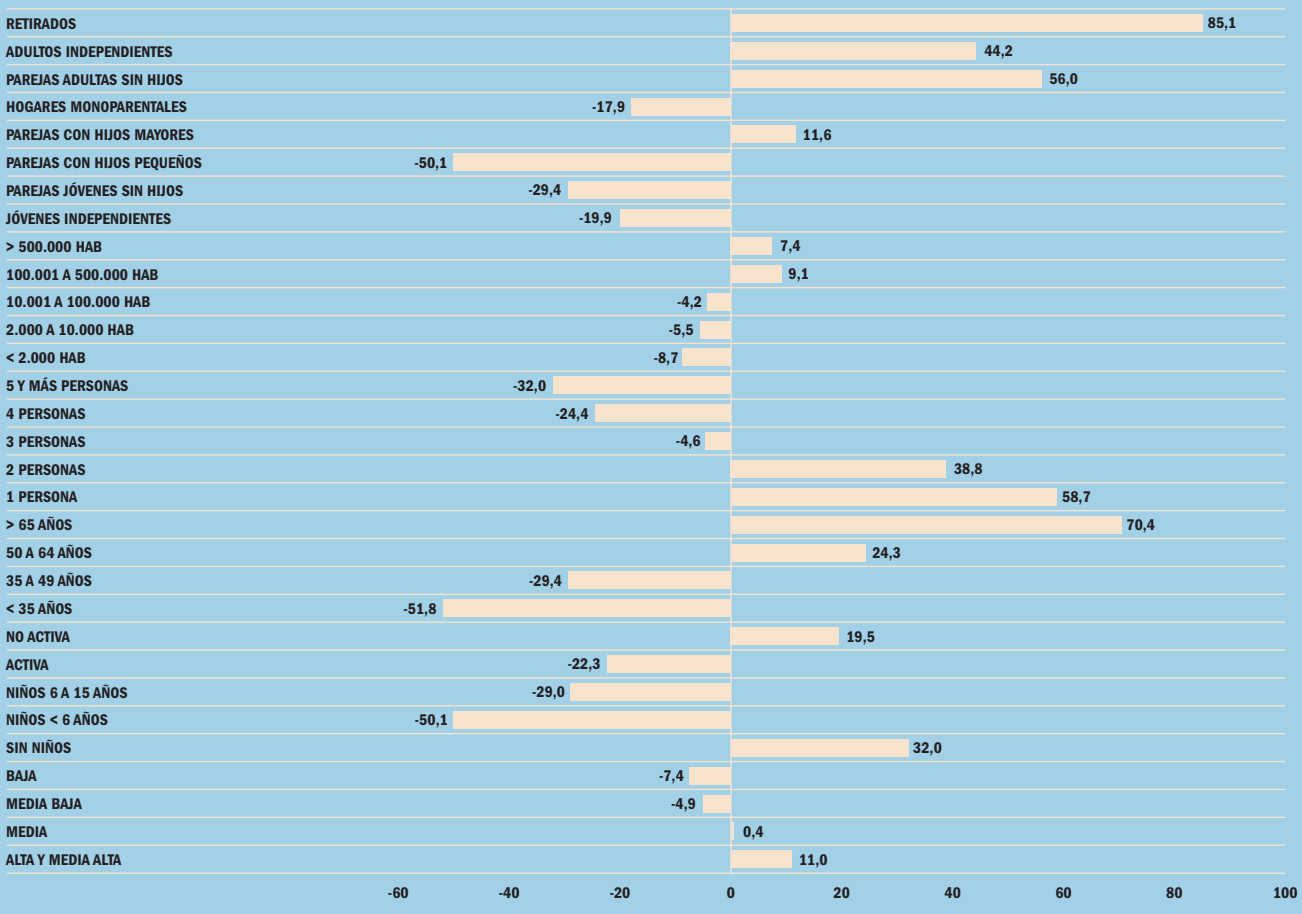
En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de aceite ecológico y virgen aumenta y, por el contrario, en aceite virgen extra se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITE DE OLIVA (2008=100), 2008-2012



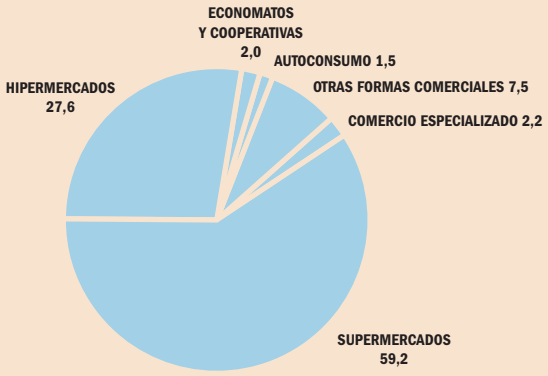


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 9,2 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (59,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 27,6%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 2,2%. Los economatos y cooperativas suponen el 2%, el autoconsumo el 1,5% y las otras formas comerciales acaparan el 7,5% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

- ANTEQUERA ✪
- BAENA ✪
- ESTEPA
- JAÉN SIERRA SUR
- 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 50.000 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 30 almazaras y 4 empresas envasadoras que producen y comercializan una media anual de 1,7 millones de litros de aceite virgen extra.

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 8 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 8.200 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 24 millones de kilos anuales de aceituna, de los que se obtienen 5 millones de kilos de aceite y se comercializan 200.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Antequera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 8.400 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, 1 empresa envasadora y 11.000 oleicultores que vienen a producir según campañas una media de 300.000 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 0,7º.

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 1.900 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 1.032 olivicultores y 13 almazaras, que han comercializado más de 500.000 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 7 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 7.500 oleicultores, 19 empresas envasadoras 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, llevada a cabo por las 21 envasadoras inscritas, es de 9 millones de kilos, de los que se exportan el 30%.



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 5,5 millones de olivos producen cerca de 25 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, de los que 2,5 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 Cacereña. 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 18.500 hectáreas y un total de 27 operadoras-cooperativas inscritas.

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 3.400 productores, 17 almazaras y envasadoras. Durante la campaña anterior, la producción alcanzó unos 3,3 millones de kilos de aceite, de los cuales 1,7 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, 13 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.

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 14 almazaras, 8 marcas y 6 empresas envasadoras que producen 100 millones de kilos de aceituna y 19 millones de kilos de aceite virgen extra al año.

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 de oliva vírgenes extra se elaboran con las variedades autóctonas Argudell, Curivell, Verdal (Llei de Cadaqués) y Arbequina, por separado o conjuntamente. Se trata de aceitunas que dan lugar a unos aceites de oliva virgen extra límpidos, transparentes, sin velos ni turbidez si se comercializan filtrados. Son aceites muy agradables al paladar, muy gustosos y aromáticos: ligeramente astringentes con un amargor y una picazón en equilibrio con lo afrutado y una complejidad aromática notable, en que se aprecian aromas que recuerdan a frutas exóticas, frutas verdes o alcachofa, así como una sensación final de almendra.

DATOS BÁSICOS: Actualmente están inscritas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 900 hectáreas de las 2.600 que forman la superficie de cultivo de olivar del Empordà. La producción de aceite amparado por la DOP es de 200 toneladas anuales.

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 una superficie de 5.100 hectáreas en 12 municipios de la comarca de Terra Alta, y tres 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: Las 12 almazaras y 15 empresas envasadoras inscritas en el Consejo Regulador producen 750.000 kilos de aceite de oliva virgen extra protegido por la DOP, el 90% destinado al mercado nacional.

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 3.389, 12 almazaras y 5 plantas envasadoras-comercializadoras. La producción total es de 700.000 kilos, de los cuales 87.000 se comercializan 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 localizados en la comarca natural de Priego de Córdoba, al sudeste de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picuda (60%) y, en menor proporción, con Hojiblanca (20%) y Picual (20%). Se establecen tres tipos de aceites vírgenes extra: Picudo, de color amarillo, frutado, aromático, agradable y dulce, que representa un 60% de la producción; Hojiblanco, de color amarillo dorado, frutado, fresco, agradable y dulce, que representa un 20% de la producción, y Picual, amarillo verdoso, frutado, aromático y ligeramente amargo, que representa un 20% de la producción.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad cuentan con 6.819 agricultores, 13 almazaras y 11 empresas envasadoras y comercializadoras, que producen una media de 15 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra según campañas. La comercialización media anual supera los 2 millones de kilos, de los que el 65% se destina a la exportación.

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 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 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 kilosanuales 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 casi 8.000 oleicultores, 20 almazaras y 19 empresas 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 0,5º, de gran estabilidad y ligero amargor y sabor a verde hierba, tomate e higuera.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 31 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 11.000 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 6.700 oleicultores, 38 almazaras y 34 empresas envasadoras que producen al año más de 5 millones de kilos de aceite virgen extra, y comercializan más de 3 millones de kilos con Denominación de Origen Protegida Siurana.



Aceituna de mesa

España es el primer país del mundo en producción de aceituna de mesa y es líder también en exportaciones. La superficie de olivar destinado a la producción de aceituna de mesa asciende a casi 90.000 hectáreas, lo que supone el 10% del total mundial.

La campaña 2012/13 de aceituna de mesa comenzó el 1 de septiembre con unas existencias de 344.010 toneladas, un 6% inferiores a las de la campaña anterior. La producción de aceituna de mesa de la campaña 2012/2013 fue de 482.012 toneladas, un 8% menos que en 2011/2012.

A nivel nacional, Andalucía produjo esta campaña el 85% de la cosecha nacional y dentro de esta comunidad, Sevilla es la provincia que más produce, con más de la mitad de la cosecha regional, seguida de Córdoba y Málaga.

Otras regiones con gran producción de aceituna de mesa son Extremadura (13% del total en la última campaña) y ya a mucha distancia de estas, Murcia y Aragón.

España cuenta con 2.584.564 hectáreas de olivar, de las que 144.904 (5,61%) se dedican a la aceituna de mesa. Estas últimas se concentran principalmente en Andalucía y Extremadura, que cuentan con un 83,67% y un 14,13% del total respectivamente, es decir, el 97,80% de estos cultivos se dan en estas dos comunidades.

La producción europea representa aproximadamente el 45% de la mundial, y dentro de la Unión Europea, la producción española es la mayoritaria con cerca del 75% del total.

En la campaña 2012/2013 se produjeron en la UE 666.000 toneladas, un volumen muy inferior al de la campaña 2011/2012, en la que se superaron las 719.000 toneladas. El volumen producido en esta campaña fue el más bajo desde la 2005/2006.

Después de España, los países con una mayor producción fueron Grecia (con 130.000 toneladas) e Italia, (con 74.000). También tienen producciones minoritarias Francia y Portugal.

Las importaciones europeas en esta campaña se elevaron a 97.200 toneladas (un volumen muy inferior al de la campaña anterior) y las exportaciones a 245.800 toneladas.

Asimismo, la producción mundial en la campaña 2012/2013 se situó en 2,31 millones de toneladas, un volumen inferior al de la campaña anterior cuando se alcanzaron los 2,51 millones de toneladas.

Además de la Unión Europea, otros países con grandes producciones fueron Egipto, Turquía, Argentina y Siria.



Respecto al comercio, a nivel mundial se importaron 743.500 toneladas frente a las 744.000 del año anterior, y se exportaron 625.000 toneladas, frente a 661.000 toneladas en la campaña anterior.

AUMENTA EL CONSUMO MUNDIAL

Según datos del COI (Consejo Oleícola Internacional), el consumo mundial de aceitunas de mesa en la campaña 2012/13 se situó en 2.510.000 toneladas frente a las 2.438.500 toneladas de la campaña 2010/2011.

Junto con España, los mayores consumidores mundiales de aceituna de mesa son Estados Unidos, Egipto, Turquía, Italia, Siria, Rusia, Argelia, Brasil, Alemania, Irán, Marruecos, Jordania, Reino Unido y Canadá.

En cuanto al consumo medio de las cinco últimas campañas, éste asciende a 2.237.000 toneladas. En la Unión Europea el consumo en la campaña 2012/2013 se elevó a 627.500, un volumen superior al de la campaña precedente.

Por su lado, en España el consumo nacional aumentó un 3% alcanzando una cifra en torno a las 105.700 toneladas. El consumo de los hogares representó un 78% del total, mientras que el 22% restante corresponde al consumo de la hostelería y la restauración.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las industrias dedicadas al entamado o transformación de la aceituna son algo menos de 400, de las que el 53% se encuentra en Andalucía, el 24% en Extremadura, el 9% en Aragón, mientras que Cataluña y Murcia presenta porcentajes similares en torno al 4%. Las industrias envasadoras de aceitunas son unas 245. De nuevo Andalucía ocupa el primer lugar, con el 44% del total, seguida por Extremadura, con el 13%. A continuación aparecen Aragón (9%) y Cataluña y Murcia, con el 7% en cada caso. La facturación total del sector se sitúa en torno a los 1.000 millones de euros anuales.

La penetración de capitales internacionales no resulta muy significativa en este sector que se caracteriza por una amplia base de empresas de tamaño mediano o pequeño, con influencia local o regional.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS Y ENCURTIDOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) *	430,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	160,70
Coop. Agro Sevilla Aceitunas - Grupo *	145,58
F.J. Sánchez Sucesores, S.A. *	137,21
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	102,30
La Española Alimentaria Alcoyana, S.A.	80,00
Aceitunas Guadalquivir, S.L.	79,20
Aceitunas Cazorla, S.L.	75,28
Hojiblanca S.C.A. (División Aceitunas)	56,06
Coop. Viñaoliva *	52,31

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

España es también el primer país exportador de aceituna de mesa del mundo, con gran diferencia respecto al resto. Por ello, 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 el año 2012 las exportaciones de aceitunas de mesa de España crecieron un 16%, hasta alcanzar, incluidos los envíos a países de la Unión Europea, un volumen de 323.691 toneladas (peso neto escurrido), cuyo valor ascendió a unos 630,6 millones de euros.

España es el principal exportador mundial de aceituna de mesa, con un 30% del comercio mundial, seguido por Egipto, Grecia y Argentina. En 2012 las ventas de aceitunas españolas amentaron en todas las zonas, si bien destacan las que se realizan a los países de la UE.

Haciendo un análisis por países, en la actualidad España exporta aceitunas de mesa a más de 120 y en 2012 su principal mercado fue Estados Unidos con un 24% de del total, seguido de Italia, Rusia y Francia, como ya ocurriera en el año anterior.

Por tipos, las hojiblancas constituyen la principal partida de exportación, con el 52% del total, seguidas por las manzanillas (24%), las gordales (8%), las cacereñas (6%) y las carrasqueñas (4%). Un 59% de todas las aceitunas exportadas son verdes, mientras que el restante 41% está compuesto por aceitunas negras. Por presentaciones, las rellenas acumulan el 31% de todo ese comercio exterior, seguidas por las rodajas (25%), las lisas y las deshuesadas con porcentajes respectivos del 20% y las saladas (2%).

Al disponer de aceitunas de gran calidad y en cantidad suficiente, la importación nunca ha sido relevante en este sector. La media durante los últimos ejercicios de ese comercio exterior se ha situado en torno a las 10.000 toneladas. El principal proveedor de aceitunas para el mercado español es Portugal, con un tercio del total de importaciones. A mucha distancia aparecen Marruecos (18%), Grecia (16%) y Egipto (15%).



CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 105,7 millones de kilos de aceitunas y gastaron 297,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,3 kilos de consumo y 6,4 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 (0,5 kilos per cápita). En términos de gasto, las aceitunas envasadas rellenas concentran el 37,5% del gasto, con un total de 2,4 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 18,7% y un total de 1,2 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ACEITUNAS	**105,7**	**2,3**	**297,1**	**6,4**
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	22,4	0,5	53,4	1,2
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	16,5	0,4	40,3	0,8
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	46,3	1,0	110,4	2,4
RESTO ACEITUNAS	20,4	0,4	92,9	2,0

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

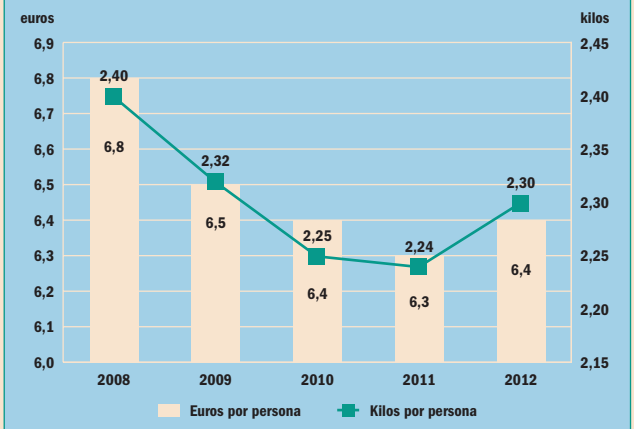
En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños 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 grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceitunas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 personas.*
- *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 parejas jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Aragón y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia y Canarias.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceitunas ha descendido 0,1 kilos por persona y el gasto ha caído 0,4 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se produjo en el año 2008 (2,4 kilos y 6,8 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITUNAS, 2008-2012

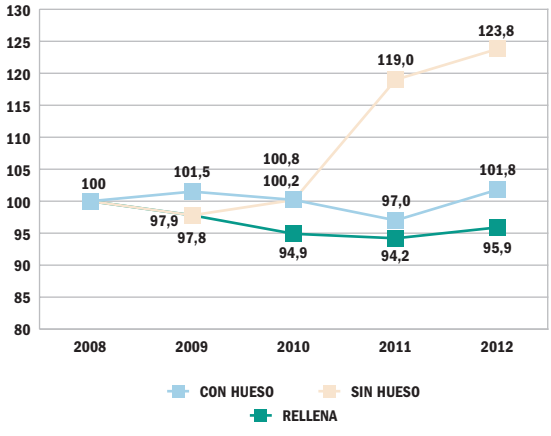






En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de aceituna con hueso y sin hueso aumenta y, por el contrario, en aceituna rellena se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITUNAS (2008=100), 2008-2012

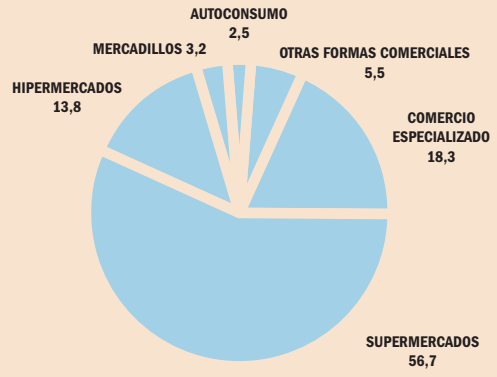


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITUNAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012

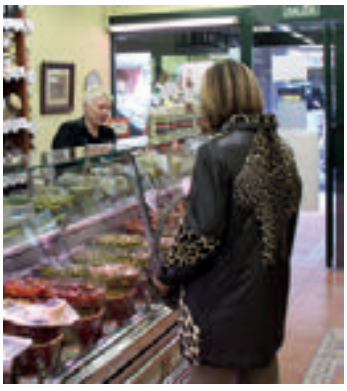


** Media nacional = 2,3 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (56,7% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 18,3% y los hipermercados llegan al 13,8%. Los mercadillos representan una cuota del 3,2%, el autoconsumo acapara el 2,5%, mientras que otras formas comerciales suponen el 5,5% restante.

Consumo y gasto en encurtidos

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 25,2 millones de kilos de encurtidos y gastaron 81,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,5 kilos de consumo y 1,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ENCURTIDOS	25,2	0,5	81,6	1,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

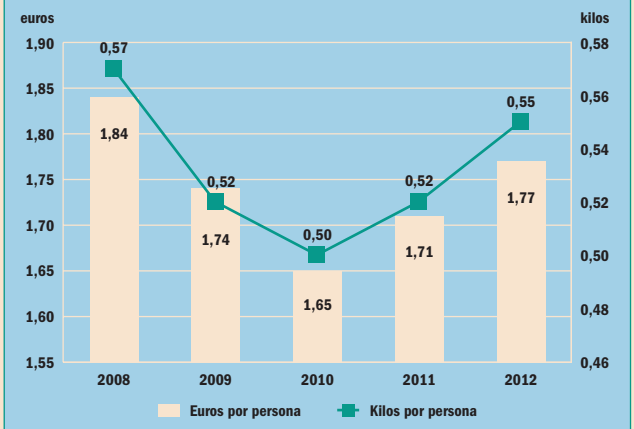
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de encurtidos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 núcleos de población (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 entre 10.000 y 100.000 habitantes.*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes y adultas sin hijos y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales y las parejas con hijos mayores.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Madrid y Navarra presentan los mayores consumos de encurtidos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Cataluña y Galicia.*



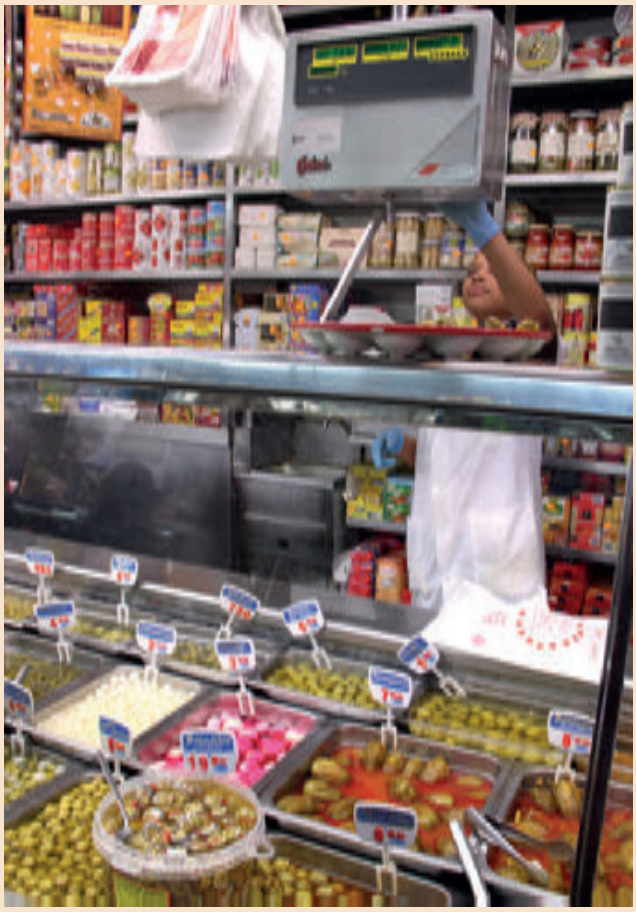
Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha caído 0,02 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 7 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se produjo en el año 2008, con 0,57 kilos y 1,84 euros por consumidor

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2008-2012

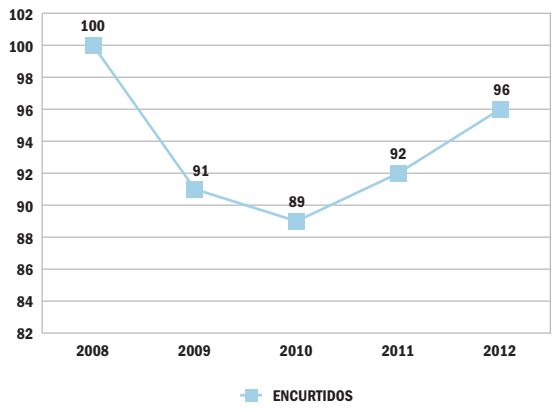




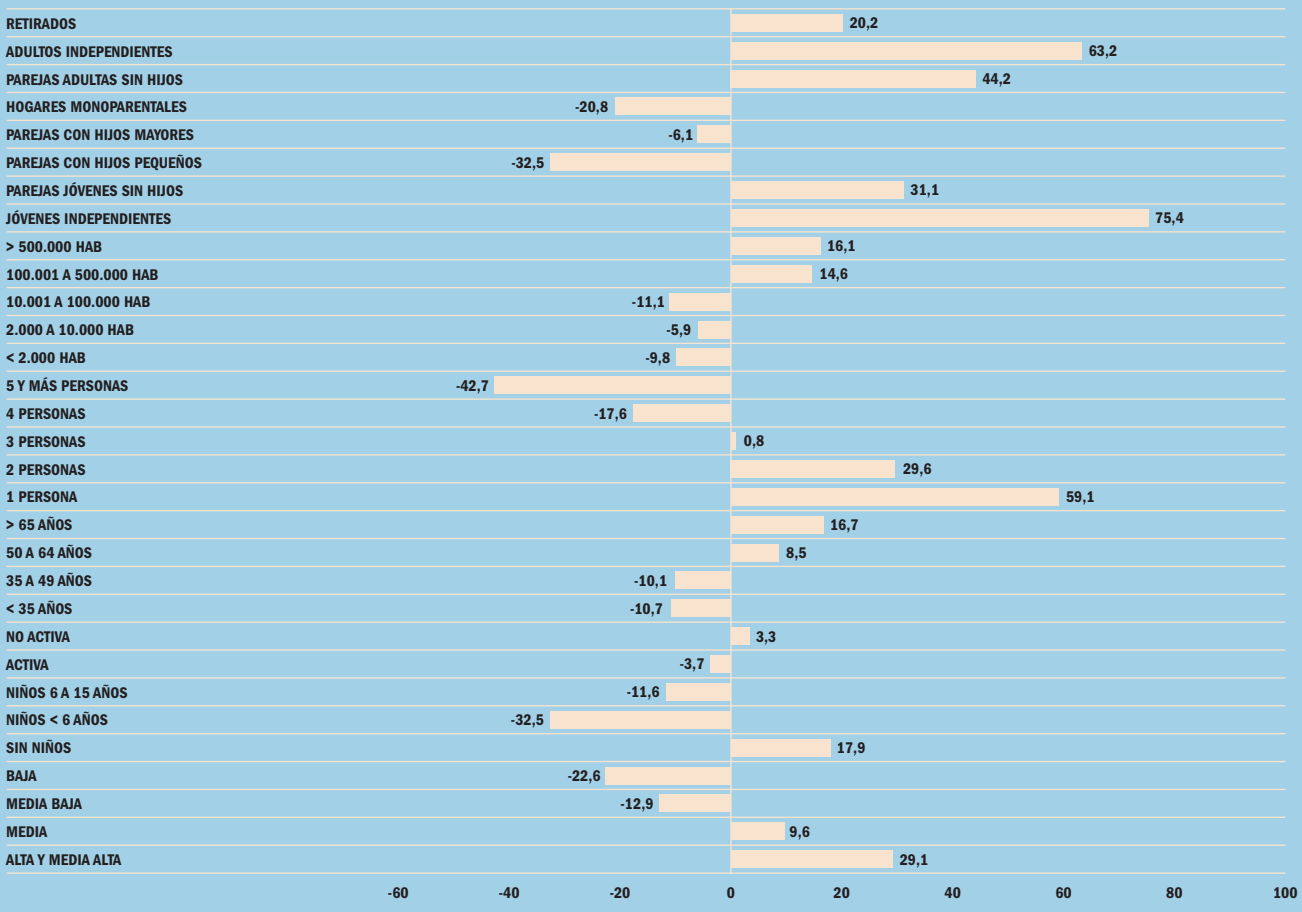


En el periodo 2008-2012 y respecto a la demanda de 2008, el consumo de encurtidos ha descendido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ENCURTIDOS (2008=100), 2008-2012

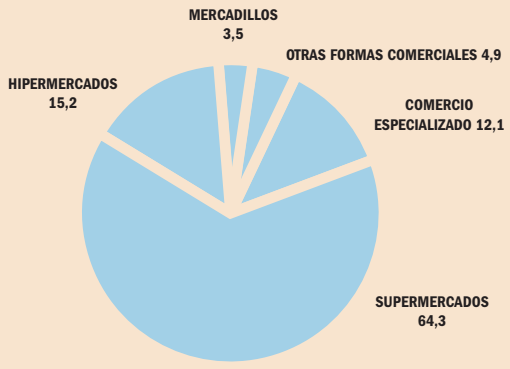


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ENCURTIDOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 0,5 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ENCURTIDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (64,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,2% y los establecimientos especializados llegan al 12,1%. Los mercadillos representan el 3,5% y otras formas comerciales suponen 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 17.000 hectáreas de olivar que producen unos 25.000.000 de kilos anuales, de los cuales se han aderezado unos 8.000.000 de kilos. Están registradas 25 empresas aderezadoras, que han generado un volumen de negocio de unos 30.000.000 de euros.

Semillas oleaginosas

A nivel mundial, las oleaginosas más cultivadas son la soja, la colza y el girasol, pero también hay otras producciones importantes como la palma, el maní o incluso el lino, que se destina también a uso textil.

Las oleaginosas son plantas de cuya semilla o fruto puede extraerse aceite, tanto para el consumo humano como para uso industrial. El principal destino de estas plantas es la producción de aceites pero también se destinan a la producción de piensos animales por su aporte de proteínas y a la alimentación humana.

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.

En España la producción de semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), sufrió en 2012 un serio revés al pasar de más de 1,1 millones de toneladas a menos de 700.000 toneladas. La causa de esta caída fue la reducción de la producción de girasol (un 44%), a la que se sumaron los descensos en el resto de las producciones.

El retroceso en la producción de oleaginosas en la campaña 2012 se debió principalmente a la caída de la superficie cultivada, especialmente en los casos de girasol y colza.

Por su parte, en la Unión Europea se recogieron en 2012 en total 26,9 millones de toneladas de granos oleaginosos, casi 2 millones de toneladas menos que en el año anterior.

En el conjunto de los 27 Estados Miembros la producción de girasol ascendió a 6,7 millones de toneladas, (2 millones menos que en 2011). En cuanto a la colza, la producción comunitaria aumentó en contra de lo sucedido en 2011 al situarse en 19,4 millones de toneladas frente a los más de 19,2 millones del año anterior. Finalmente la producción comunitaria de soja se situó en 836.000 toneladas, cuando un año antes se había superado con creces el millón de toneladas.

En cuanto al comercio exterior, el sector de las oleaginosas tiene un marcado carácter importador con grandes variaciones mensuales. En 2012, se exportaron oleaginosas por un valor de 446 millones de euros y se importaron por un valor de 2.247 millones de euros, lo que supuso una cobertura del 20%.

La mayor parte de las compras de este tipo de productos procedieron de países terceros (el 77%).

En volumen, las importaciones sumaron 4,20 millones de toneladas y las exportaciones unas 400.000 toneladas.



De las importaciones totales la mayor partida fue habas de soja, etc., con más de 3,3 millones de toneladas y entre las exportaciones destacaron las salidas de semillas de girasol y colza.

Respecto a los aceites de semillas oleaginosas, en 2012 aumentaron las exportaciones, especialmente de soja y girasol, y se redujeron las importaciones de las principales producciones.

En concreto, España vendió 111.598 toneladas de aceite de girasol (frente a 85.571 toneladas en 2011) y se compraron 293.040 (frente a las 219.000 de 2011). Asimismo, también se importaron 18.467 toneladas de aceite de soja (en 2011 entraron 95.663 toneladas) y se exportaron 588.247 tonela-

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	30.480	32.391	39.090	36.360
UE	6.896	6.628	8.473	6.694
ESPAÑA	**876**	**889**	**1.084,30**	**610,3**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.*

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

CC AA	2010	2011	2012*
ANDALUCÍA	396,7	502,7	167,8
ARAGÓN	16,2	10,40	18,4
CASTILLA-LA MANCHA	160,4	173,5	127,4
CASTILLA Y LEÓN	278	344,5	259,9
CATALUÑA	6,9	5,8	5,6
EXTREMADURA	16	30,2	16,4
OTRAS CC AA	14,8	17,2	14,8
TOTAL ESPAÑA	**889**	**1.048,30**	**610,3**

**Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.*

das (casi 200.000 toneladas más que en 2011). Hay que tener en cuenta que en 2011 las exportaciones de este tipo de aceites oleaginosos habían crecido considerablemente.
Igualmente, hubo compras y ventas de otros aceites oleaginosos entre las que destacó el aceite de palma, que representó el 36% de las importaciones totales de aceites comestibles. En el ejercicio 2012 se importaron 579.732 toneladas de este tipo de aceite (por debajo de un año antes) y se vendieron 67.000 toneladas, muy por encima de los niveles del año anterior.

OLEAGINOSAS EN EL MUNDO

La producción de girasol, soja y colza supone en torno al 80% de la producción mundial de semillas oleaginosas y el 20% restante corresponde a las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.
En 2012, la producción mundial de semillas oleaginosas se elevó a 358 millones de toneladas, un volumen notablemente inferior al de la campaña anterior.
De esta producción total, algo más de la mitad correspondió a aceites y grasas, y el resto a harinas y tortas. Asimismo, 267 millones de toneladas correspondieron a la producción de soja (un 15% más que en la campaña anterior); 61,14 millones a la de colza (ligeramente inferior a la del año pasado) y 36,3 millones a girasol (3 millones menos).
Una campaña más, Estados Unidos volvió a liderar la producción mundial de oleaginosas en 2012, con casi 85 millones de toneladas, de las que más de 80 correspondieron a la cosecha de soja.
Por detrás de Estados Unidos destacan por su producción de soja Argentina, con más de 41 millones de toneladas en 2012, y Brasil con 65,5 millones de toneladas.
En colza, destacan por su producción, por encima de los 10 millones de toneladas, China y Canadá; mientras que en girasol son Rusia, Ucrania y en menor medida, Argentina, los que lideran el ranking mundial de países productores.
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 ganadería comunitaria.
La demanda anual de este tipo de productos ronda los 70 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 biodiésel.

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	39.930	61.676	60.660	61.140
UE	21.325	20.485	19.209	19.454
ESPAÑA	**28,9**	**35,4**	**61,90**	**51,5**

Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.

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

CC AA	2010	2011	2012*
NAVARRA	2,1	5,8	6,4
ARAGÓN	4,0	2,60	4,3
CASTILLA-LA MANCHA	2,5	4,7	5,2
CATALUÑA	9,9	18,2	9,1
CASTILLA Y LEÓN	14,7	27,9	22,9
OTRAS CC AA	2,2	2,7	3,6
TOTAL ESPAÑA	**35,4**	**61,90**	**51,5**

Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.

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

	2009	2010	2011	2012*
MUNDO	249.200	223.185	236.380	267.610
UE	821	895	1.184	836
ESPAÑA	**2,6**	**1,6**	**1,70**	**1,2**

Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.

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

CC AA	2010	2011	2012*
EXTREMADURA	0,8	1,0	0,6
CASTILLA Y LEÓN	0,2	0,40	0,5
CASTILLA-LA MANCHA	0,1	0,1	0,1
OTRAS CC AA	0,5	0,2	0,1
TOTAL ESPAÑA	**1,6**	**1,70**	**1,2**

Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)

IMPORTACIONES	2009	2010	2011	2012*
HABAS DE SOJA	2.933	3.127	3.177	3.170
SEMILLAS DE GIRASOL	401	242	302	476
HARINA DE SOJA	28	49	23	36

Estimación. FUENTES: MAGRAMA, COCERAL, FAO.

Aceites de semillas

El mercado español de aceites de semillas envasados superó ligeramente durante 2012 los 315 millones de litros, experimentando un recorte interanual del 6,1%. El aceite de girasol constituye la partida principal dentro de ese mercado, con 269,2 millones de litros, un 9,5% menos que en el ejercicio precedente. Mucha menos importancia tienen los aceites de soja, con algo más de 2 millones de litros (+22,4%) y los de maíz, con algo más de 1,1 millones de litros (-1,4%). Los restantes aceites de semillas alcanzaron unas ventas de apenas 42.650 litros.

Los malos resultados generales de los aceites de semillas tuvieron varias causas. Por una parte, se registró un aumento de precios que orientó a los consumidores hacia el aceite de oliva. Los aumentos de costes fueron debidos a la disminución de la cosecha nacional de pipas de girasol. La producción de girasol supone el 95% de la producción española de oleaginosas. En 2012 esa producción llegó hasta 619.000 toneladas, un 42,9% menos que en el ejercicio precedente. Para compensar esa disminución se produjo un incremento de las importaciones provenientes de la zona del Mar Negro. Por su parte, el aceite de soja también experimentó una subida



de sus cotizaciones debido fundamentalmente a la caída en la producción en América del Sur. La superficie cultivada de oleaginosas en nuestro país es aproximadamente el 9% de la superficie comunitaria dedicada a esos cultivos, mientras que su producción apenas supone el 3%. En términos generales, puede señalarse que la producción española de oleaginosas es insuficiente para abastecer la demanda interna y debe recurrirse de forma continua a las importaciones.

En el libreservicio, las ventas de aceites de semillas llegaron hasta las 170.190 toneladas, por un valor de 217,2 millones de euros. Esas cifras indican una reducción del 1,3% en volumen frente a un importante incremento en valor del 17%. En este canal, el aceite de girasol representa el 88,4% de todas las ventas en volumen y el 88% en valor. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos de la estructura del sector de las empresas productoras y comercializadoras de los aceites de semillas en nuestro país. Hay que indicar que varios de los líderes sectoriales son también importantes grupos dentro del mercado del aceite de oliva, de la que esta rama de actividad constituye un significativo complemento. Otro dato importante para entender la configuración del sector es el abrumador predominio de las marcas de distribuidor que acaparan en la actualidad más del 90% de todas las ventas. Así, el líder sectorial presenta una producción de cerca de 59 millones de litros, de los que el 70,4% está compuesto por aceite de girasol, orientada en su totalidad a las marcas blancas. El segundo operador llega hasta los 45 millones de litros (95,5% de aceite de girasol), el tercero se acerca a los 32 millones de litros (93,7% de aceite de girasol), el cuarto supera los 31,5 millones de litros (95,1% de aceite de girasol) y el quinto ronda los 30 millones de litros, en su totalidad de aceite de girasol. Los tres siguientes operadores registran cifras de producción de 24,7 millones, 18 millones y 10,5 millones de litros respectivamente. ○

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	58.985
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	45.000
Urzante, S.L.	32.000
Deoleo, S.A.	31.534
Cargill Oil Packers, S.L.	30.000
F. Faiges, S.L.	24.720
Aceites Borges Pont, S.A.	18.000
Aceites Abril, S.L.	10.550
Arboliva, S.A.	9.200
Coreysa, S.A.	8.800

Datos de 2012.
FUENTE: ALIMARKET.

COMERCIO EXTERIOR

En España la producción de materias primas para la elaboración de aceites de semillas es claramente insuficiente, por lo que es preciso recurrir a importaciones de pipas y tortas de girasol, de soja y harina de soja y de colza. Las pipas y tortas de girasol provienen mayoritariamente de países de las orillas del Mar Negro, mientras que la soja tiene su origen en algunos países de América del Sur, Argentina principalmente. Por el contrario, el comercio exterior de aceites de semillas es muy favorable para nuestro país, con exportaciones que doblan a las importaciones.



Durante 2012 se exportaron 307.550 toneladas de aceites de semillas, un 58% más que en el ejercicio precedente, frente a 137.170 toneladas importadas, lo que supuso un aumento interanual del 23,3%. Dentro de las exportaciones destacan 101.890 toneladas de aceite de girasol (+39%), 82.000 toneladas de aceite de soja (+4,4%), 71.190 toneladas de aceites de otras semillas (+136%) y 52.470 toneladas de aceites de maíz (+2.000%). Por su parte, las principales importaciones fueron de aceites de otras semillas, con 106.890 toneladas (+33,3%), 25.140 toneladas de aceite de girasol (+16,2%), 4.760 toneladas de aceite de soja (-35,4%) y apenas 390 toneladas de aceite de maíz (-81%).

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 170,1 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 223,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,7 litros de consumo y 4,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,3 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 87,8%, con un total de 4,3 euros por persona, seguido del aceite de semilla, con un porcentaje del 8,2% y un total de 0,4 euros por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	**170,1**	**3,7**	**223,6**	**4,9**
ACEITE DE GIRASOL	153,8	3,3	198,3	4,3
ACEITE DE MAÍZ	1,4	0,0	2,3	0,1
ACEITE DE SOJA	0,0	0,0	0,0	0,0
ACEITE DE SEMILLA	11,9	0,3	17,6	0,4
ACEITE DE ORUJO	3,0	0,1	5,4	0,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

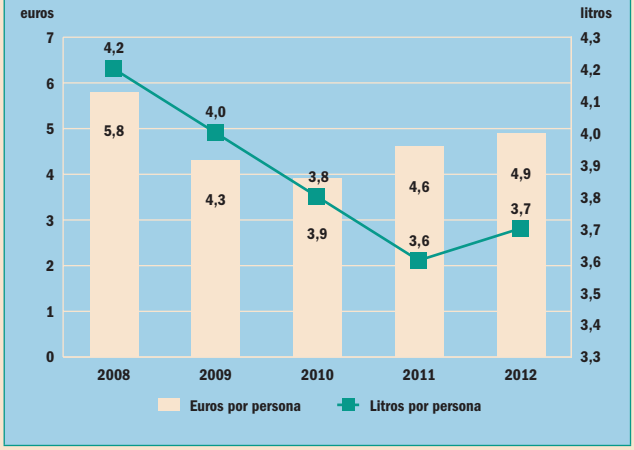
- *Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 dos personas 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 parejas adultas sin hijos, retirados, adultos y jóvenes independientes, hogares monoparentales y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, La Rioja y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Murcia y Madrid.*

Evolución de la demanda

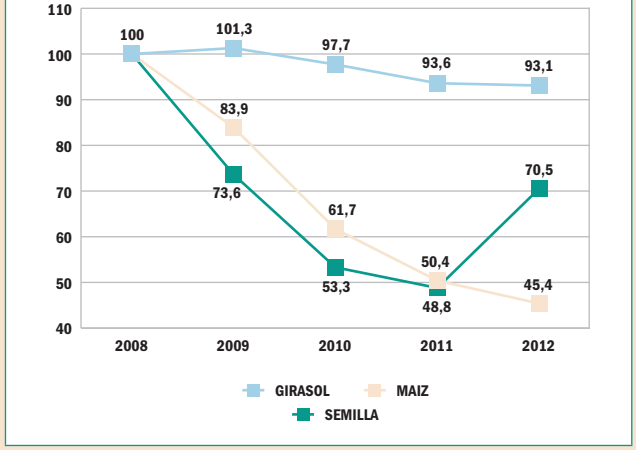
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceites que no son de oliva ha descendido 0,5 litros por persona y el gasto ha caído 90 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el ejercicio 2008 (4,2 litros y 5,8 euros por consumidor).

Respecto a la demanda de 2008 durante el periodo 2008-2012, el consumo de aceite de girasol, de aceite de maíz y de aceite de otras semillas desciende.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN OTROS ACEITES, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE OTROS ACEITE (2008=100), 2008-2012

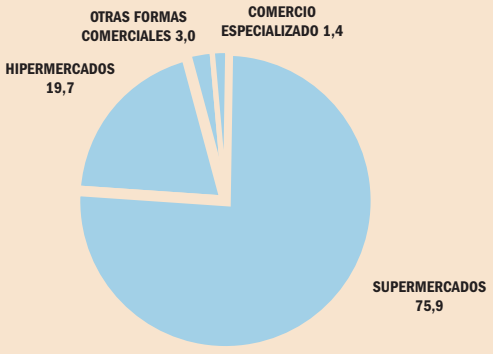


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 3,7 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (75,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,7%, seguido del comercio especializado, con un 1,4%. Las otras formas comerciales concentran el 3% restante.

Margarina

El mercado de margarinas en España se encuentra prácticamente estabilizado desde principios de la década pasada en torno a unas 38.000 toneladas. Por lo que hace referencia a su consumo hay que reconocer que durante los últimos veinte años se ha reducido en un 50%, pasando de 2 kilos por persona y año en 1990 a apenas 0,6 kilos per cápita en la actualidad. En los últimos años se ha registrado un pequeño aumento de los consumos domésticos de margarina vinculado, al parecer, a la presentación de nuevas ofertas funcionales, con la incorporación de esteroles vegetales que contribuyen a disminuir el colesterol o, también, con la adición de vitaminas y nutrientes.

Las ventas de margarina en nuestro país se encuentran dominadas por unos pocos y grandes operadores que, muy a menudo, son filiales de grandes compañías multinacionales. El líder sectorial acapara una cuota de mercado del 75%. Se trata de una gran empresa que opera en más de 180 países y cuenta con una plantilla en España de 1.000 trabajadores y una facturación de 667 millones de euros.



CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 34,4 millones de kilos de margarina y gastaron 124,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,7 kilos de consumo y 2,7 euros de gasto.



CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL MARGARINA	**34,4**	**0,7**	**124,2**	**2,7**
MARGARINA NORMAL	15,7	0,3	51,4	1,1
MARGARINA LIGHT	5,2	0,1	16,5	0,4
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	1,1	0,0	10,7	0,2
MARGARINA ENRIQUECIDA	12,4	0,3	45,6	1,0

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

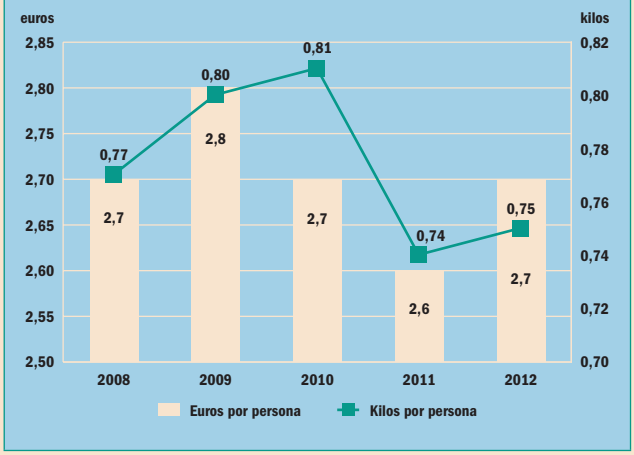
- *Los hogares de clase media cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de margarina, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 entre 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de margarina, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de margarina, 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, retirados, hogares monoparentales, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, Cantabria y Canarias, cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Castilla-La Mancha y Aragón.*

Evolución de la demanda

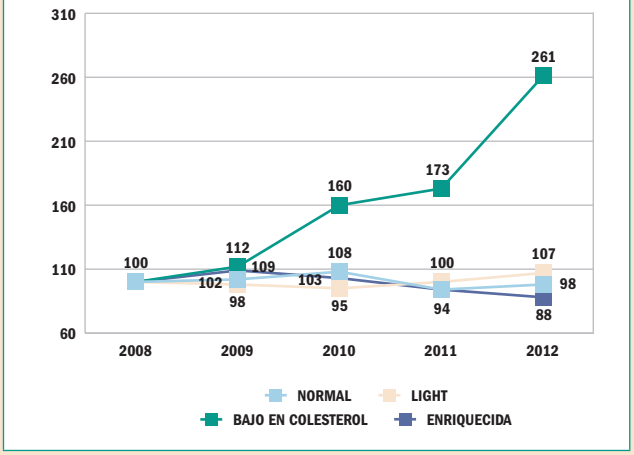
Durante los últimos cinco años, el consumo de margarina se ha mantenido prácticamente estable, con un descenso de 0,02 kilos por persona, al igual que el gasto, que se ha mantenido en 2,7 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2010 (0,81 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2009 (2,8 euros por consumidor).

En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de margarina baja en colesterol y light aumenta y, por el contrario, en margarina normal y enriquecida se produce un descenso.

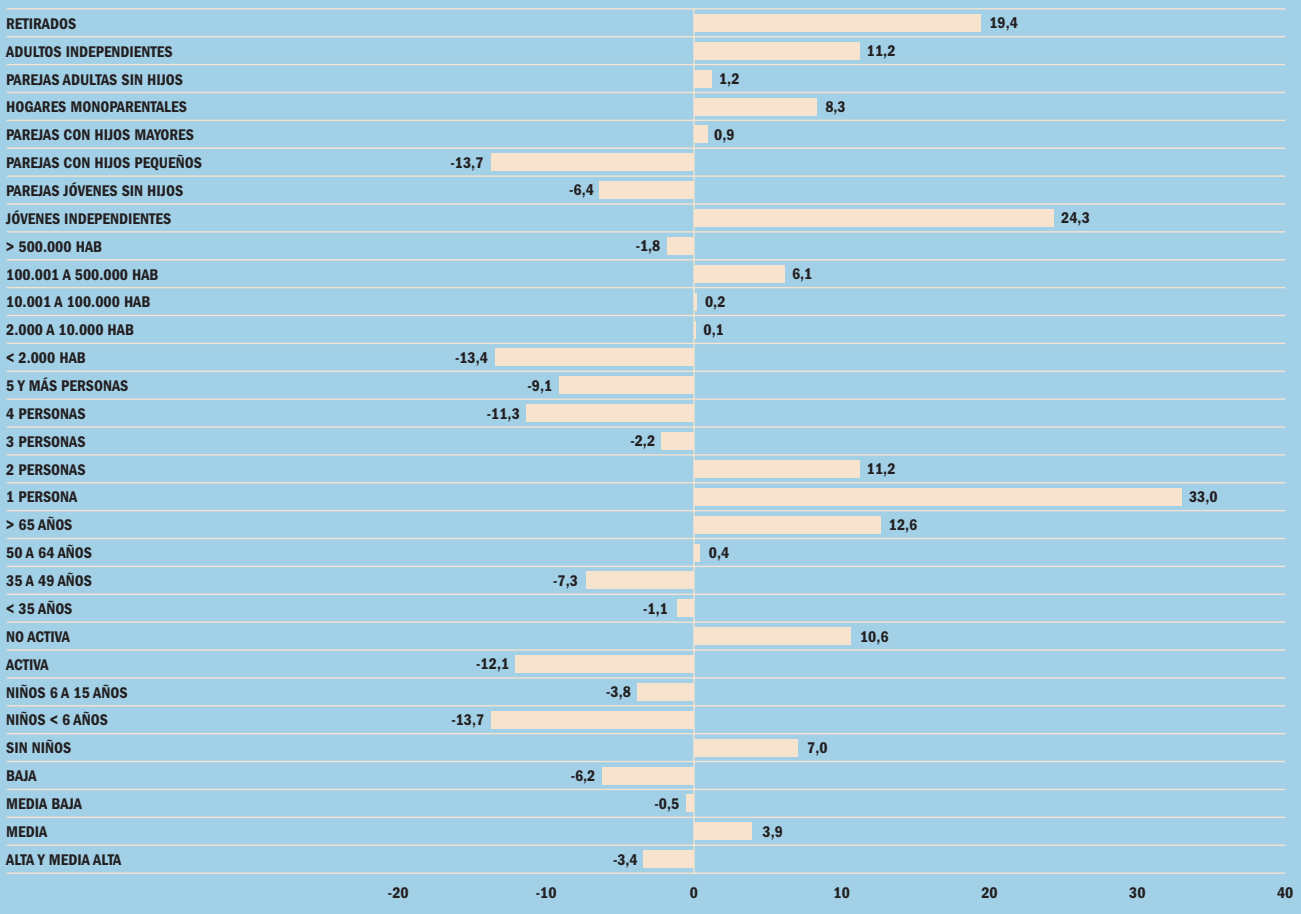
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MARGARINA, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MARGARINA (2008=100), 2008-2012

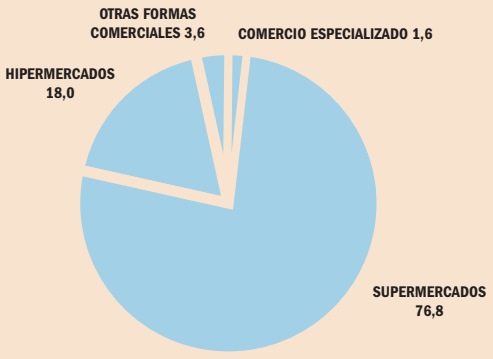


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MARGARINA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 0,7 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (76,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 18% y los establecimientos especializados llegan al 1,6%. Las otras formas comerciales suponen el 3,6% restante.

Azúcar

La caña de azúcar y, en menor medida, la remolacha azucarera son las dos principales fuentes de producción de azúcar en el mundo. La primera se cultiva principalmente en países con un clima tropical y la segunda es un cultivo de los países situados en climas más templados e incluso fríos.

Los costes de producción del azúcar de remolacha son muy superiores a los del azúcar de caña. En Europa, la remolacha de producción azucarera surge al mejorar los rendimientos de la remolacha ordinaria con las experiencias realizadas por grupos de químicos franceses y alemanes, de cara a garantizar una cierta independencia respecto al abastecimiento de azúcar procedente de las colonias europeas.

Con el paso del tiempo se han ido consiguiendo mayores rendimientos de remolacha por hectárea debido, principalmente, a la utilización de semillas monogérmenes (obtenidas por vía mecánica deshaciendo los glomérulos o por vía genética obteniendo semillas aisladas), a la mecanización del cultivo y al control de plagas y enfermedades mediante semillas resistentes.

En las últimas décadas, han aumentado tanto la producción de remolacha por parcela, como los rendimientos en azúcar de la remolacha, lo que determina mayores producciones de azúcar por hectárea.

Prácticamente el 100% de la producción de azúcar español procede de la remolacha, pues actualmente sólo se cultivan unas cuantas hectáreas de caña de azúcar que producen menos de 15 toneladas de azúcar al año.

En la campaña 2012 (que terminó en los primeros meses de 2013) la producción española se situó en torno a 3,5 millones de toneladas de raíz, un volumen inferior al de la campaña anterior en un 13%. De la producción total de remolacha azucarera, el grueso se cultiva en la zona norte del país y se recoge en los meses de otoño e invierno. En la campaña 2012/2013, prácticamente el 74% de la producción nacional de remolacha azucarera se cultivó en Castilla y León. El resto procedió de Andalucía (16%), País Vasco (5%), La Rioja (4%) y Navarra (1%).



La producción nacional de azúcar refinado quedó finalmente en 510.000 toneladas, un volumen también muy inferior al de la campaña anterior. La cuota de producción asignada a España por la Unión Europea se sitúa en 498.480 toneladas.

La superficie de remolacha azucarera se situó en 38.499 hectáreas, unas 7.000 menos que un año antes y los rendimientos

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
REMOLACHA	4.066	3.379	3.966	3.484
AZÚCAR REFINADO	598	496	580	510

**Estimaciones. Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

PRODUCCIONES DE REMOLACHA AZUCARERA, CAÑA DE AZÚCAR Y AZÚCAR REFINADO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	PRODUCTO	2010/2011	2011/2012	2012/2013*
MUNDO	Remolacha azucarera	228.452	228.829	213.800
	Caña de azúcar	1.685.445	1.700.000	1.339.000
	Azúcar refinado	169.000	170.967	174.468
UE	Remolacha azucarera	104.094	104.266	97.463
	Caña de azúcar	5	4	3
	Azúcar refinado	15.430	18.853	17.623
ESPAÑA	Remolacha azucarera	3.627	3.966	3.484
	Caña de azúcar	0,2	0,2	0,1
	Azúcar refinado	496	580	510

**Estimaciones. Fuentes: MAGRAMA, USDA, FAO y Eurostat.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2011/2012	2012/2013*
ANDALUCÍA	614	525
NAVARRA	5	12
CASTILLA Y LEÓN	3.010	2.600
LA RIOJA	122	135
PAÍS VASCO	216	212
OTRAS CC AA	2	0
TOTAL ESPAÑA	**3.969**	**3.484**

**Estimaciones. Fuente: MAGRAMA.*



por hectárea y el precio medio que percibieron los agricultores fue superior (3,45 euros/100 kilogramos frente a 3,12 euros/100 kilogramos), según datos del Ministerio de Agricultura.

Por otro lado, en el año 2012, las exportaciones españolas de azúcar de remolacha se elevaron a 143.900 toneladas, unas 33.000 toneladas menos que en el año anterior, por un valor de 102 millones de euros. Hay que tener en cuenta que en el año 2011 las ventas nacionales de azúcar habían aumentado sensiblemente. Por su parte, las importaciones se elevaron a 1,1 millones de toneladas, por un valor de 663 millones de euros, cifras también muy inferiores a las del año anterior.

En la Unión Europea, con la excepción de la producción de de los territorios franceses y portugueses de ultramar, todo el azúcar que se produce procede del cultivo de la remolacha.

Las campañas remolacheras en la Unión Europea comienzan en el sur de España en torno al mes de junio y acaban en la zona norte de Europa a finales del invierno o incluso a comienzos de la primavera si la climatología no acompaña.

En la campaña de comercialización 2012/2013, la producción de azúcar se situó en 17,6 millones de toneladas. La mayor producción dentro de la UE fue la de Francia, con más de 4 millones de toneladas, seguida de Alemania.

La Unión Europea es el principal productor mundial de azúcar de remolacha, con alrededor del 50% del total y también es el principal importador de azúcar de caña en bruto. El mercado comunitario de azúcar se rige por cuotas de producción, un precio mínimo de la remolacha y los mecanismos comerciales. La UE también tiene un importante sector de refino que procesa el azúcar de caña en bruto importado.

Por otro lado, pese a su notable producción remolachera, la UE tiene que importar anualmente melazas y pulpas derivadas de la remolacha y de la caña de azúcar para la alimentación animal y para la industria química.

Desde la reforma del régimen de mercado del azúcar, la UE se ha convertido en un importador neto de azúcar. Las importaciones son principalmente en forma de caña de azúcar para refinar, de África, el Caribe y el Pacífico (ACP) y los países menos adelantados (PMA) que se benefician de cuotas libres de acceso libre de aranceles al mercado europeo.

La UE cuenta con varios contingentes de importación de azúcar desde países ACP (África, Caribe y Pacífico), que permiten la entrada al mercado comunitario de cerca de 1 millón de toneladas al año libres de impuestos. Brasil es el principal beneficiario de este contingente.

Mientras en España y en Europa el cultivo de la caña de azúcar está en retroceso, a nivel mundial se ha disparado la producción durante los últimos años, en detrimento de la remolacha azucarera.

A este respecto, prácticamente el 80% de la producción mundial de azúcar refinado procede de la caña y en países como Estados Unidos, la producción de caña de azúcar supone ya más del 60% de su producción total.

La producción mundial de azúcar en la campaña 2012/2013 se situó en 174,4 millones de toneladas, un 2% más que en la 2011/13.

A nivel mundial, los principales países productores de azúcar son Brasil, con 38,6 millones de toneladas en la campaña 2012/2013, India con 27,4 millones de toneladas y China con 13,9 millones de toneladas en la misma campaña. Con respecto a la campaña anterior, aumentaron las producciones de Brasil y China, mientras que retrocedió la cosecha de India. Este país es por otro lado el que más azúcar consume del mundo: 25.500 toneladas en la última campaña.

Además del 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 caña (lo mismo ocurre con la remolacha) resulta cristalizable a causa de las impurezas salinas y proteicas que contienen. Por su lado, el bagazo desecado al sol puede servir como combustible para elaborar nuevas cantidades de azúcar o de alcohol.

En cuanto a la remolacha, los principales productos que se obtienen de ella son el azúcar, la melaza de remolacha y la pulpa. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La producción del sector azucarero español se encuentra repartida entre dos grandes grupos. El líder sectorial forma parte en la actualidad, tras un complejo de fusiones empresariales, de una importante compañía británica que a nivel mundial aparece como la segunda productora de azúcar. La producción de materia prima corresponde a unos 8.000 agricultores, mientras que suministra empleo directo a 2.000 trabajadores. Su cuota de producción es de 378.480 toneladas y tiene tres fábricas de producción en la zona norte peninsular (La Bañeza, Toro y Miranda) y una en la zona sur (Guadalete).

La segunda empresa tiene una única planta productora en la zona norte (Olmedo) y una cuota de producción de 120.000 toneladas. Se trata de una Sociedad Cooperativa con 50 años de antigüedad y alrededor de 8.600 agricultores socios y, aparte de la producción de azúcar, se dedica a la producción de biocarburantes (biodiesel) y a la energía solar fotovoltaica. Aparte de estas actividades, estas empresas se dedican a refinar azúcar. La fábrica de Guadalete es refinadora a tiempo completo.

La concentración del sector es también un rasgo muy claro a nivel europeo. Durante los últimos años, alrededor de 140.000 agricultores europeos han abandonado el cultivo de remolacha y se ha provocado el cierre de 84 fábricas azucareras. La concentración empresarial a nivel europeo se ha agudizado de manera muy clara después de la reforma de la OCM del azúcar, ya que los cuatro grupos principales acaparan más del 63% de la producción total de azúcar de toda la Unión Europea. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	520,00
Acor & Tereos Iberia, S.A.	165,00
Jesús Navarro, S.A. *	57,95
Zukan, S.L. *	53,00
Comercial Javier Casado, S.L. *	17,00
Comasucar, S.A.*	12,58
Cortes Bartolomé, S.L. *	11,50
Beneo Ibérica, S.L. *	10,50
Promoción Mercantil Catalana, S.A. (Promerca) *	8,00
Bara Ezquerra, S.A. *	5,30

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.





COMERCIO EXTERIOR

La actual coyuntura de precios elevados del azúcar, unida a las malas cosechas de algunos países europeos, el aumento del consumo a nivel mundial y los efectos de la reforma de la OCM han provocado un cierto desabastecimiento de los mercados europeos. Así, las importaciones españolas de azúcar de caña o remolacha llegaron hasta 830.230 toneladas, por valor de unos 357 millones de euros, mientras que las exportaciones se quedaron en algo menos de 148.500 toneladas, con un valor de 84 millones de euros. La práctica totalidad de esas exportaciones se dirigieron hacia otros países de la Unión Europea, mientras que el principal proveedor de azúcar para el mercado español fue Brasil, debido a la reducción de las producciones de nuestros principales proveedores, que eran Francia y Alemania. ○

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron un total de 189,3 millones de kilos de azúcar y gastaron 196,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,1 kilos de consumo y 4,3 euros de gasto. En cuanto a los edulcorantes, el consumo total en hogares alcanzó cerca de 3,8 millones de kilos y se gastaron 52,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 1,1 euros de gasto.



CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR Y EDULCORANTES DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL AZÚCAR	189,3	4,1	196,6	4,3
TOTAL EDULCORANTE	3,8	0,1	52,2	1,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

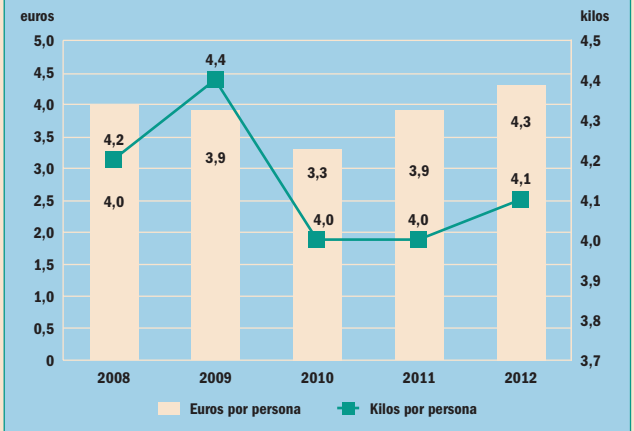
- *Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta, media alta y media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de azúcar, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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, jóvenes y adultos independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, La Rioja, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos de azúcar mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Castilla-La Mancha y Madrid.*



Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de azúcar ha descendido 0,1 kilos por persona y el gasto ha aumentado 30 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2009 (4,4 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2012 (4,3 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AZÚCAR, 2008-2012

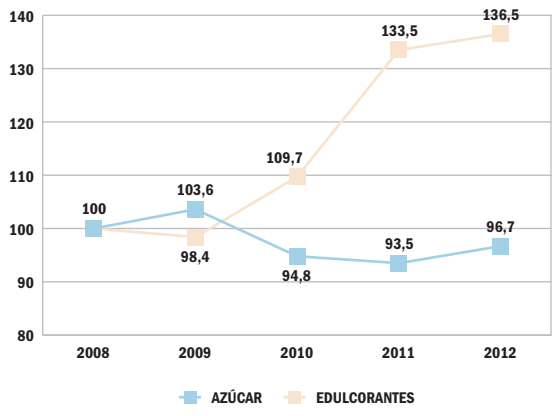




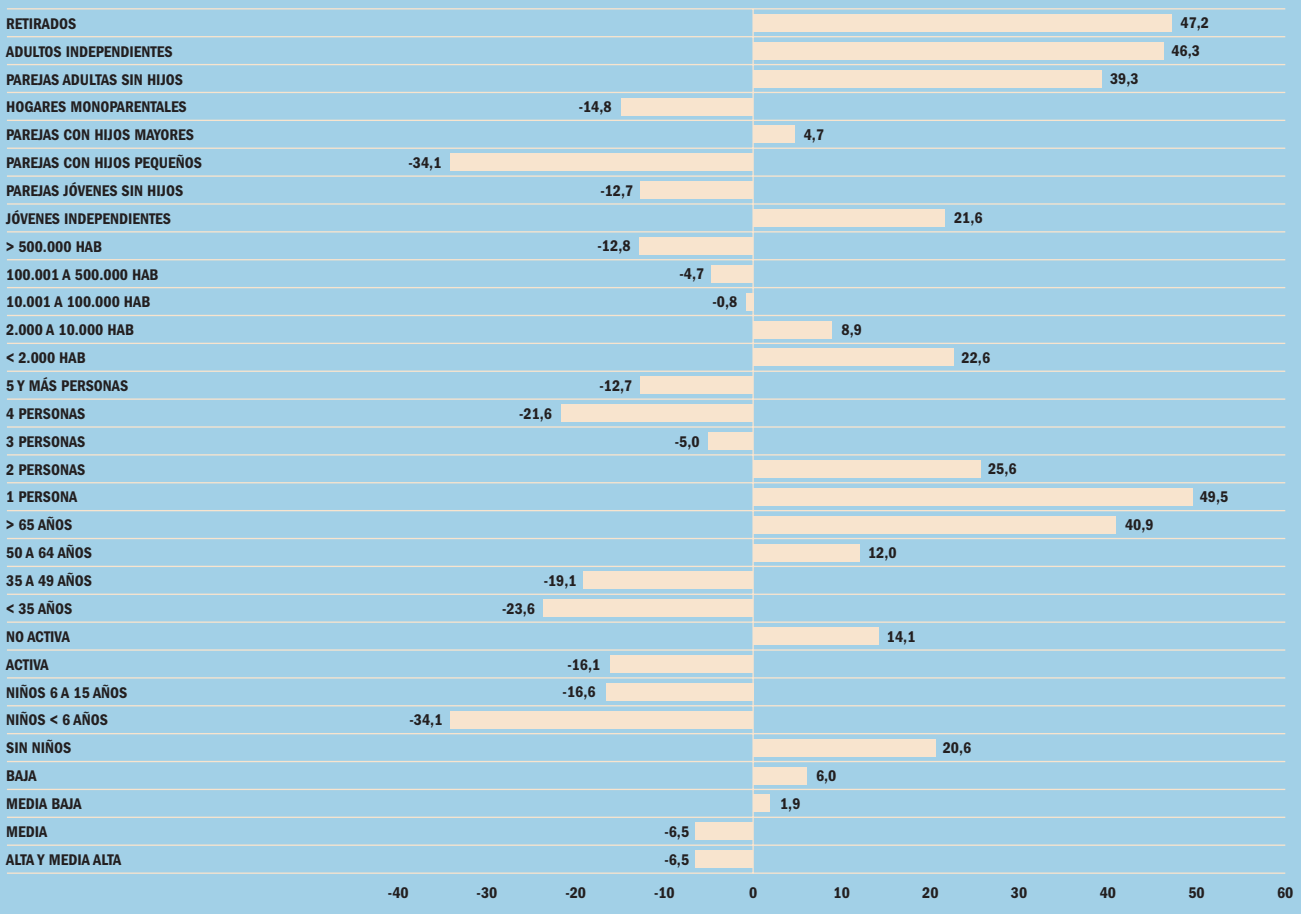


En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de edulcorantes aumenta y, por el contrario, en azúcar se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AZÚCAR (2008=100), 2008-2012

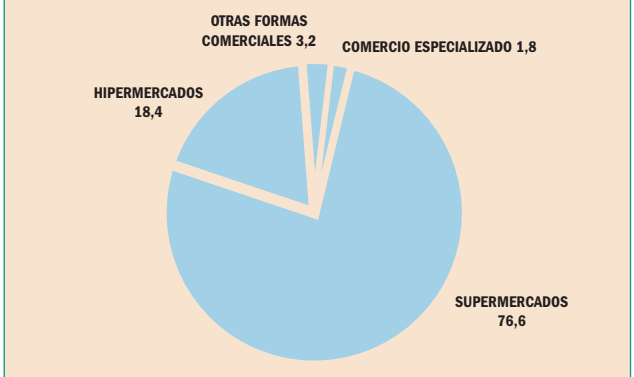


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AZÚCAR EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



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

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (76,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 18,4%, el establecimiento especializado el 1,8%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 3,2% restante.

Dulces y caramelos

El mercado de caramelos y chicles creció en nuestro país durante el último ejercicio computado en un 2,9% en volumen y 0,3% en valor quedando en algo menos de 226.430 toneladas y 710,3 millones de euros. Los chicles sin azúcar aparecen como la principal partida de este mercado, ya que suponen el 38% del total de ventas en valor. A continuación aparecen los caramelos infantiles (33%), los caramelos para adultos (26%) y los chicles con azúcar (3%). El mercado interno supone el 49,6% de todas las ventas en volumen, pero en valor su importancia se incrementa hasta el 70,1%. Su crecimiento interanual en volumen ha sido del 3,4%, mientras que en valor ha registrado un más bajo 0,5%.

En el mercado de los caramelos, sus cifras resultan claramente positivas, con crecimientos en torno al 5% en casi todos los segmentos. Parece que son las referencias dirigidas a un público adulto las que han registrado unos comportamientos más dinámicos, con crecimientos en torno al 10% en volumen.

La búsqueda de canales alternativos de venta, la innovación y diversificación de las ofertas, con productos de mayor añadido, y el auge alcanzado por el canal alimentario han sido las vías utilizadas por los principales operadores para impulsar dinámicas de crecimiento. Durante los seis primeros meses del año se presentaron en Europa 965 nuevos lanzamientos de chicles y caramelos, de los que el 20% correspondió al Reino Unido, el 18% a Alemania y el 12% a España. Europa



aporta el 27% de las novedades a nivel mundial en confitería de azúcar, mientras que el primer lugar en este ranking lo ocupan los países de Asia y el Pacifico con el 42% del total en lanzamientos.

El mercado europeo de este tipo de productos ha tendido a mantenerse estable durante los últimos años, ligeramente por debajo de los 9.000 millones de euros. De hecho, las ventas tendieron a disminuir en los mercados más maduros, como Alemania, permanecieron estables en el Reino Unido y crecieron ligeramente en Francia. Dentro de los grandes mercados europeos, únicamente en España se han registrado importantes tasas de incremento.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales comienzan a ser los rasgos más característicos del sector empresarial de dulces y caramelos en nuestro país. El sector está compuesto por cerca de un centenar de empresas fabricantes y comercializadoras, que generan un volumen de empleo de unos 4.000 trabajadores, con una media de 62 personas por empresa, aunque la mayoría de esas empresas son de pequeñas dimensiones. Alrededor de un 60% de ellas apenas tienen 30 trabajadores en plantilla. Cataluña es la comunidad autónoma donde se encuentran radicadas un mayor número de empresas fabricantes de chicles y caramelos (30% del total), seguida por Madrid, la Comunidad Valenciana y Murcia, donde de manera conjunta aglutinan otro

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Kraft Foods España Com., S.L. (Div. Confitería) *	150,00
Wrigley CO., S.L.	118,00
Chupa Chups, S.A.U.	114,00
Lacasa, S.A. - Grupo *	96,80
Grefusa, S.L. *	93,00
Vidal Golosinas, S.A.	85,00
Haribo España, S.A.	82,00
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini)	72,60
Cantalou, S.A. *	62,00
Haribo Invest, S.A.	61,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual ALIMARKET/2012.

30%. A pesar del número relativamente elevado de empresas en actividad, los niveles de concentración son muy elevados y, así, los cinco grupos más importantes acaparan una cuota de ventas del 53% del total, mientras que entre los diez primeros ese porcentaje llega hasta el 70%. Es precisamente en esos grupos tan importantes donde el capital internacional resulta hegemónico, mientras que entre los pequeños operadores esa penetración resulta poco significativa.

Las ventas del líder sectorial llegan hasta los 150 millones de euros anuales, mientras que el segundo registra una facturación de 118 millones y el tercero se queda en los 114 millones. Otros cinco grupos alcanzan volúmenes de negocio entre los 73 y los 97 millones de euros anuales.

Las marcas de distribución comienzan a ser importantes en el mercado de chicles y caramelos y en el libreservicio suponen ya el 25% de todas las ventas de caramelos y el 13% de las de chicles. ○



COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de dulces y caramelos resultan muy importantes para mantener los niveles de actividad del sector, ya que suponen, con 114.170 toneladas, el 50,4% de todo el mercado en volumen, mientras que en valor su contribución es claramente menor (29,9%), con 211,87 millones de euros. En volumen las exportaciones registraron un incremento interanual del 2,4%, mientras que en valor cayeron en un 0,2%. Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia y Alemania, con un porcentaje conjunto que supone el 50% del total en valor. A continuación aparecen Reino Unido, Italia, Portugal, Países Bajos, Bélgica, Japón, Polonia, Estados Unidos e Israel.



Las importaciones han crecido también de manera significativa, llegando a los 76 millones de euros. Los caramelos sin azúcar constituyen la principal partida importada, con el 53,4% del total. A continuación aparecen los caramelos de azúcar cocido (22%), los chicles (18,9%) y los caramelos balsámicos (5,7%). Alemania, Francia y Países Bajos aparecen como los principales proveedores de chicles y caramelos para el mercado español, con una cuota conjunta del 52,5% del total. Les siguen Colombia, República Checa, Países Bajos, Reino Unido, China, Rusia, Italia y Brasil. Un fenómeno que explica el incremento de las importaciones es la deslocalización de algunas de las plantas de producción que poseían los grupos españoles más importantes y que han llevado a otros países con el propósito de abastecer a los mercados europeos y mediterráneos. ○

CONSUMO

Tradicionalmente los chicles y caramelos se vinculaban con el público infantil, pero esa visión tradicional ha cambiado de manera muy drástica durante los últimos años y los consumidores adultos han adquirido una importancia creciente en este mercado y aparecen como el segmento que presenta unas tasas de crecimiento más importante. Así, por ejemplo, los caramelos para adultos vieron crecer sus ventas en el último ejercicio computado en un 10,1% en volumen y un 8,1% en valor, muy por encima de los destinados al público infantil. Los mayores consumos se registran en hogares con hijos adultos, entre parejas sin hijos y entre amas de casa de más de 44 años. El consumo de caramelos en España puede considerarse dentro del promedio de la Unión Europea, con 17,3 euros per cápita. Esta cifra se encuentra a mucha distancia de las de Noruega (71 euros), y Reino Unido (37,1) y bastante cercana a la de Italia (18 euros). Por debajo de nuestro país aparecen Francia (15,1 euros), Portugal (12,7) y Grecia (4,3). En el caso de los chicles, los españoles consumimos unos 7 euros por persona y año, por debajo de los 25,2 euros de Noruega, los 13,8 de Grecia, 12,4 de Francia, 12,1 de Italia y 9,2 euros de Reino Unido. ○





DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La distribución de chicles y caramelos en España presenta una situación peculiar. Se trata de la importancia que tiene el denominado canal impulso a la hora de hacer llegar estas ofertas a los consumidores finales. El canal impulso está formado por unos 350.000 pequeños establecimientos, entre los que se encuentran quioscos, tiendas de venta al peso, estancos, panaderías, mercadillos, máquinas de vending en cafeterías y bares, etc. Este heterogéneo canal acapara el 51% de todas las ventas de caramelos y chicles en volumen y alrededor del 60% en valor, por lo que resulta clave para la supervivencia del sector en sus dimensiones actuales. Existen en torno a 610 empresas distribuidoras especializadas en hacer llegar las ofertas a todos esos puntos de venta que se encuentran distribuidos por toda la geografía española. La mayoría de esas empresas son de pequeñas dimensiones, ya que sólo seis presentan facturaciones superiores a los 6 millones de euros anuales.

De todas maneras, en los últimos años el fenómeno más importante cuando se hace referencia a la distribución comercial de chicles y caramelos es la importancia que han ido adquiriendo supermercados e hipermercados, ya que en volumen casi suponen la mitad del total vendido, mientras que en valor ronda el 40%. En este canal, los supermercados entre 100 y 399 m^2 controlan el 17,6% de las ventas de chicles y caramelos en volumen y el 19,9% en valor. Por su parte, los supermercados entre 400 y 999 m^2 presentan unos porcentajes del 19,7% y del 19,4% respectivamente, mientras que los grandes supermercados (1.000-2.500 m^2) llegan hasta el 43,5% y el 38,5%. Por último, los hipermercados registran unas cuotas del 19,2% en volumen y del 22,2% en valor. ○

Turrones y mazapanes

La producción española de turrones y dulces navideños llegó durante el último año computado hasta algo más de 32.410 toneladas, con un incremento interanual del 3,7%, superando el incremento del 2,5% de la campaña precedente. El valor de ese mercado se acercó hasta los 276 millones de euros, un 1,7% más que en el ejercicio anterior, cuando se produjo una caída del 1,5%. En volumen fue el mercado nacional el que experimentó un crecimiento más notable (+3,9%) hasta alcanzar las 28.850 toneladas, mientras que en valor las exportaciones registraron el mayor incremento (+12,5%). Los turrones acaparan el 75% de todo el mercado, mientras que los mazapanes y demás productos de Navidad representan el restante 25%.

En el libreservicio, las ventas de turrones llegaron hasta cerca de 12.280 toneladas, mientras que los mazapanes y panes de Cádiz se quedaron en 1.320 toneladas. Otras especialidades festivas alcanzaron unas ventas de 6.800 toneladas y las figuras festivas rondaron las 490 toneladas. Entre los turrones, los más demandados fueron los de chocolate (43,5%), seguidos por los tradicionales (33,1%) y los de yema (6,6%). Dentro de las especialidades festivas, los polvorones y mantecados acumularon el 40,3% de todas las ventas, seguidos a mucha distancia por los roscos, hojaldres y marquesas (10,3%). Por lo que hace referencia a las figuras festivas, las de Pascua representan el 52% del total, mientras que el restante 48% corresponde a las figuras de Navidad.

La producción amparada por la Denominación Geográfica Protegida supera las 5.560 toneladas, repartida en partes casi iguales entre los turrones de Jijona y Alicante. El mercado nacional absorbe el 86,7% de toda esa producción, mientras que las exportaciones representan el restante 13,3%.

La estacionalidad constituye el rasgo más sobresaliente cuando se analiza el consumo de turrones y mazapanes en nuestro país, ya que alrededor de un 65% de todas las ventas se concentran en los meses de diciembre y enero, a pesar de todos los esfuerzos realizados por los fabricantes del sector. La opción que han adoptado las principales empresas para superar esa situación ha sido la diversificación de sus ofertas, incursionando en otros productos afines, como los chocolates, bombones, barritas de cereales, muesli, etc.

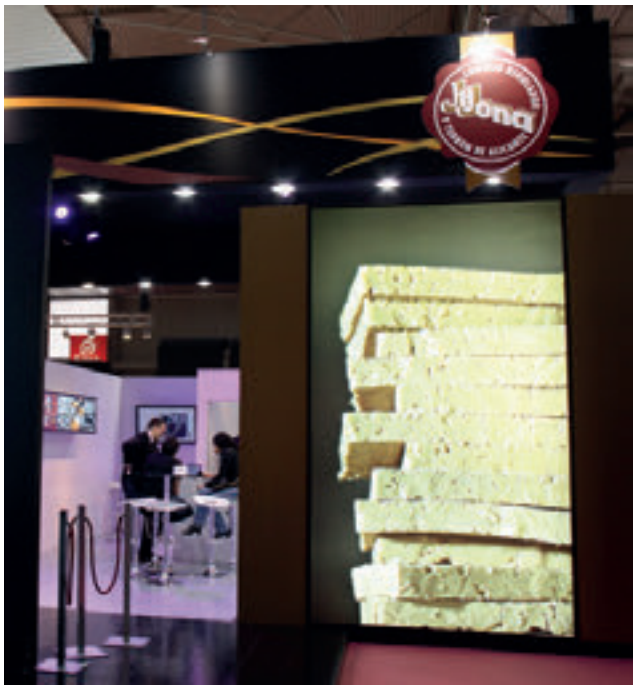
Se considera que un 85% de los españoles consume turrones y mazapanes en el periodo navideño, mientras que esos productos desaparecen de los lineales durante el resto del año. Alrededor de una cuarta parte del presupuesto de alimentación de los españoles se gasta en la época navideña.

La marcas de distribución suponen el 63,3% de todas las ventas de turrones y el 31% de las de dulces de Navidad.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial de los fabricantes y comercializadores de turrones y dulces navideños ha sufrido una importante reconversión durante los últimos ejercicios. Junto a empresas de carácter tradicional aparecen otras que presentan una oferta muy diversificada. Incluso hay algunas empresas internacionales de sectores afines que ocupan en la actualidad un papel destacado en este mercado. Todas estas empresas se enfrentan a un mercado muy maduro, cuyo dinamismo se concentra en los productos que rompen la estacionalidad tradicional. Los líderes sectoriales han ganado cuota de mercado incursionando en bombones, chocolates y pralinés, donde los ritmos de crecimiento son muy notables.

La empresa más importante del sector registra una facturación anual de 50 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta los 47 millones, la tercera se queda en



los 28 millones, la cuarta ronda los 22 millones y la quinta supera los 18,6 millones. Por lo que hace referencia a la fabricación de turrones, el principal productor alcanza las 7.040 toneladas, el segundo se sitúa en 5.300 toneladas, el tercero se queda en 4.900 toneladas, el cuarto registra una producción de 3.060 toneladas y el quinto se acerca a las 2.500 toneladas. Entre 1.500 y 2.300 toneladas aparecen otros tres fabricantes.

En la distribución moderna, las marcas blancas acaparan un porcentaje en volumen del 63,3% de todas las ventas de turrones y tortas de turrón, mientras que la primera oferta marquista llega hasta el 13,4% y la segunda ronda el 7,7%. Por lo que hace referencia a los dulces de Navidad, las marcas de distribución suponen el 31% del total, frente al 17,6% de la principal oferta con marca propia y el 7,9% de la segunda. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Lacasa, S.A. - Grupo *	96,80
Delaviuda Alimentación, S.A. *	59,00
Sanchís Mira, S.A. *	47,00
Industrias Rodríguez, S.A. - Grupo *	45,00
Almendra y Miel, S.A.	18,65
Productos J. Jiménez, S.L. - Grupo **	17,87
Industrias Jijonencas, S.A. *	16,00
Turrones Picó, S.A.	14,80
Turrones José Garrigos, S.A.	12,00
Galván Fernández Hermanos, S.L. *	10,50

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
*** Empresa actualmente inactiva.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones han adquirido una gran importancia para mantener los volúmenes de producción de los principales fabricantes de turrones y dulces navideños de nuestro país. Se exportaron algo más de 3.560 toneladas, con un incremento interanual del 2,5%, lejos del 12% de la campaña precedente. El valor de esas exportaciones superó los 35,39 millones de euros, un 12,5% más que en el ejercicio precedente, en el que el incremento fue de un también importante 10%. Estas cifras indican que el comercio exterior acapara el 11% de todas las ventas en volumen y el 12,8% en valor. En el caso de los turrones amparados por Denominaciones de Calidad, las exportaciones llegaron hasta las 740,3 toneladas, lo que supone el 13,3% del total. La mayor parte de esas exportaciones se dirigen a países no europeos (623,4 toneladas), mientras que el comercio intracomunitario sólo llegó hasta 116,9 toneladas.



En el conjunto de las exportaciones de turrones y dulces navideños aparecen como mercados de destino prioritarios algunos países con fuertes colonias de emigrantes o hijos de emigrantes españoles, como Venezuela, Argentina, México o Uruguay. También algunos países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania e Italia, son importantes clientes de estos productos. Las importaciones de dulces navideños no son muy significativas, ya que se trata de una oferta básicamente española. Durante los últimos ejercicios hubo un importante crecimiento de las importaciones de panettone y pandoro provenientes de Italia, pero en la actualidad ya se fabrican en nuestro país. ○

Consumo y gasto en productos navideños

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 35,2 millones de kilos de productos navideños y gastaron 304,3 millones de euros. En términos per cápita, se llegó a 0,8 kilos de consumo y 6,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los turrones (0,2 kilos por persona y año), y a los mantecados y polvorones (0,2 kilos per cápita), seguidos de los mazapanes (0,1 kilos por persona y año). El resto de productos navideños supusieron un consumo de 0,3 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrones concentran el 37,9%, con un total de 2,5 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones,



con un porcentaje del 16,7% y un total de 1,1 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 4,5% y 0,3 euros per cápita al año. El resto de productos navideños suponen el 40,9% del gasto, con 2,7 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	**35,2**	**0,8**	**304,3**	**6,6**
MANTECADOS Y POLVORONES	9,0	0,2	48,4	1,1
MAZAPANES	1,3	0,1	14,4	0,3
TURRONES	10,8	0,2	113,9	2,5
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	14,1	0,3	127,6	2,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

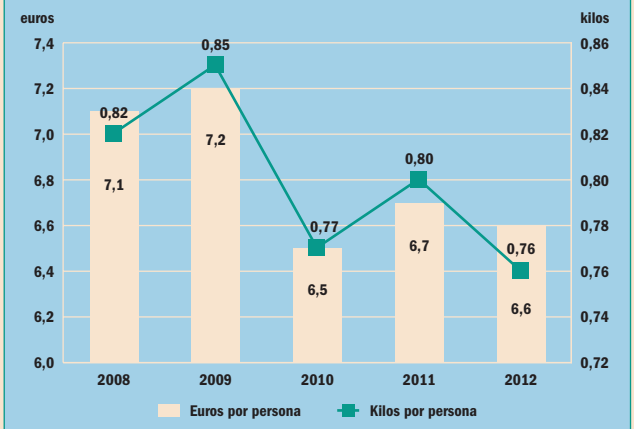
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 municipios (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, 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, en los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Andalucía y La Rioja cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Murcia y, sobre todo, Baleares.*

Evolución de la demanda

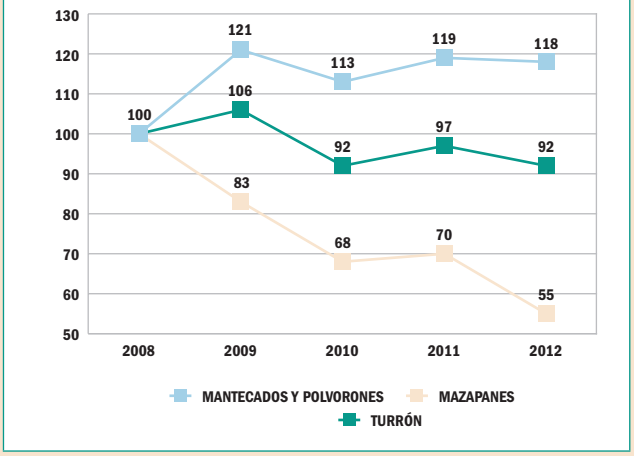
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha caído 0,06 kilos por persona y el gasto ha descendido 50 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se produjo en el año 2009 (0,85 kilos y 7,2 euros por consumidor).

En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de mantecados y polvorones aumenta y, por el contrario, en turrones y mazapanes se produce un descenso.

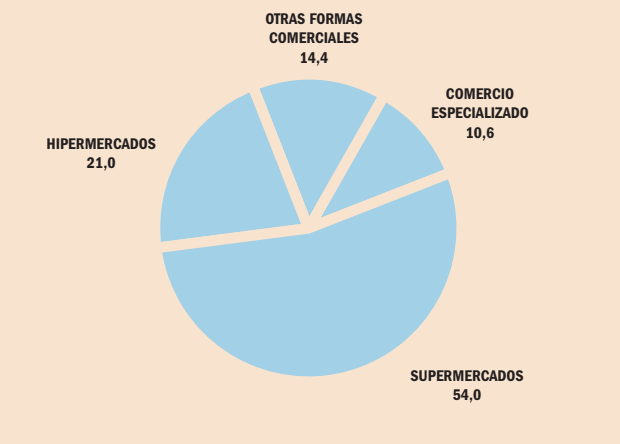
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS (2008=100), 2008-2012



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



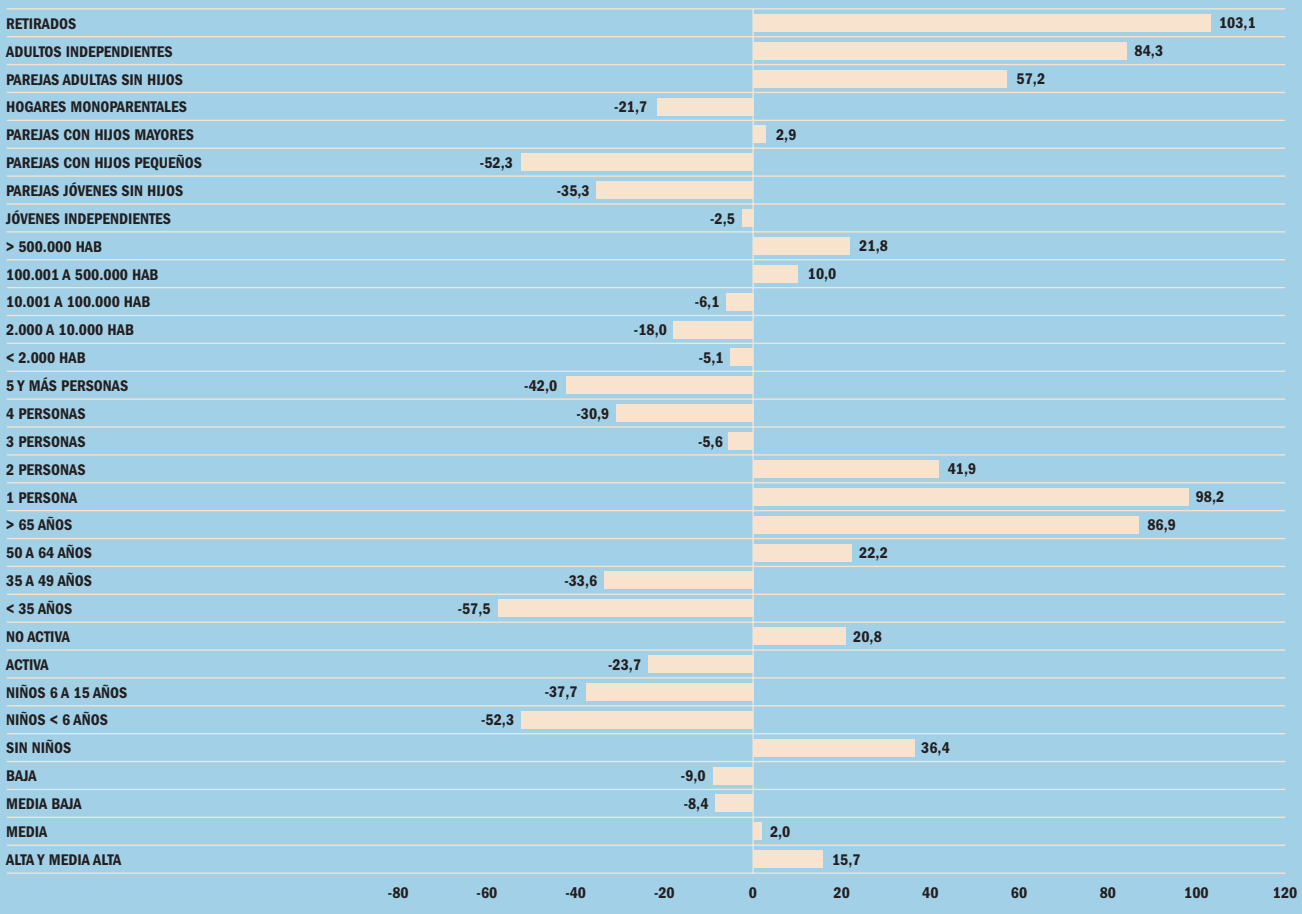
Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (54% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 21%. Los establecimientos especializados acaparan el 10,6%, y las otras formas comerciales concentran el 14,4% restante.


1880
1880
Turrón de Jijona
Calidad Suprema
70% Almendra Marcona
1880
Turrón de Alicante
Calidad Suprema
1880
Turrón de Chocolate Crujiente
Calidad Suprema
CLÁSICO
con leche
y avellanas
Un regalo muy dulce te espera
www.turron1880.com

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** 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° 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 6,5 millones de kilos anuales, de los que el 87% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez, el 55% de los turrones protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 45% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 21 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.

DATOS BÁSICOS: Anualmente, alrededor de 116 pastelerías de Cataluña certifican panellets bajo el distintivo de la ETG, con unas ventas aproximadas de 900.000 kilos.

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 4 empresas que elaboran y comercializan más de 150.000 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

Miel

La producción de miel en España tiene una gran importancia social y económica, aunque varía mucho de un año a otro dependiendo de la floración de las plantas y flores.

En el mercado español hay mieles procedentes de muchas zonas, elaboradas a partir del néctar de distintas flores y con dos presentaciones básicas para su consumo: cristalizada y líquida.

El valor de la producción mielera española se estima en el 0,2% de la Producción Final Agraria.

Al comenzar 2013 el número de apicultores ascendía a 24.866, de los cuales más de 18.500 no eran profesionales.

En España, la media de colmenas que posee un apicultor profesional ronda las 370, mientras que la media de un apicultor no profesional está en torno a 25.

El mayor número de apicultores estaba en 2012 en Castilla y León, seguida muy de cerca por Andalucía y Galicia. Sin embargo, las regiones que más colmenas tienen son Extremadura, Castilla y León y la Comunidad Valenciana,

En 2012 el censo nacional de colmenas se situó en 2,53 millones, lo que supuso un aumento sobre el año anterior de más de 100.000 unidades y confirmó la tendencia al crecimiento experimentada en los últimos años.

Con respecto al total en la Unión Europea, el censo de apicultores españoles representaba en 2012 el 4%, porcentaje que se incrementaba notablemente si sólo se comparan los productores profesionales.

Asimismo, el número de colmenas que había en España suponía el 17% del total de la cabaña comunitaria en 2012.

La mayor parte de las colmenas españolas son estáticas, pues no se trasladan de un sitio a otro buscando un mejor aprovechamiento de las distintas floraciones. Sin embargo, la cifra total de colmenas trashumantes aumenta de año en año.

La producción de una colmena "fija" viene a ser la mitad de una movilista, pues depende sobremanera de la floración de la zona donde se haya establecido. La producción de cera es del orden de 0,8 kilos/colmena y la de polen de 0,5 kilos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA
(Miles de toneladas)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
MIEL	32,3	34,5	34,6	33
CERA	1,5	1,6	1,5	1

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA.*

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

	2010	2011	2012*
MUNDO	1.555	1.636	1.543
UE	203	217	205
ESPAÑA	**34,5**	**34,6**	**33**

**Estimación.FUENTE: FAO y MAGRAMA.*

MIEL Y CERA

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. La miel ha sido desde siempre un alimento apreciado y reconocido por el hombre, al que también se le han atribuido virtudes curativas.

En 2012 la producción nacional de miel se situó en 33.000 toneladas, un volumen inferior al del año anterior cuando se alcanzó una producción de 34.620 toneladas. Por su lado, la producción de cera fue de unas 1.000 toneladas, también por debajo de la de 2011.

En cuanto a la balanza comercial, en 2012 el saldo fue negativo pues las exportaciones superaron en volumen a las importaciones, aunque por poca diferencia, como ya es habitual. Concretamente, las importaciones totales ascendieron a 21.080 toneladas (3.000 más que un año antes) de las que más de 15.844 procedían de países terceros y el resto (5.236 toneladas) correspondió al comercio intracomunitario.

Por su parte, las exportaciones se elevaron a 19.658 toneladas, unas 1.000 toneladas más que en 2012, de las que 16.496 fueron a parar al mercado comunitario, principalmente a Francia y Alemania.

En la Unión Europea, el número de apicultores que había al comenzar el año 2012 superaba los 600.000, pero solamente un 3% era profesional. El país que más apicultores tiene es Alemania, con más de 100.000, seguido de Francia. Por su lado, el número de colmenas que había en la UE en 2012 ascendía a cerca de 13 millones.

Los datos de producción de miel en la Unión Europea no están muy actualizados, pero se puede estimar que en 2012 la producción se situó en torno a 205.000 toneladas.

La Unión Europea es netamente importadora de miel. Así, en 2011 las entradas de miel ascendieron a 145.360 toneladas (unas 1.000 toneladas más que un año antes), de las cuales

un 44% procedió de China y un 15% de Argentina. Alemania lidera las exportaciones a terceros países, con un 38% del total, seguida de Bélgica con un 13%.
En 2012 la UE exportó un total de 12.698 toneladas de miel, un volumen superior en cerca de 2.000 toneladas al de un año antes. Suiza, Japón y Arabia Saudí fueron los destinos principales de la miel europea y los países que más miel exportaron fueron Alemania (31% del total) y España (24%).
Finalmente, a nivel mundial la producción de miel se situó en 2011 en 1,5 millones de toneladas. Los países con mayor producción son China (cerca del 25% del total), la Unión Europea en su conjunto, Estados Unidos y Rusia.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas de la miel en España presenta un elevado grado de atomización, ya que únicamente 40 empresas presentan volúmenes de negocio por encima de las 20 toneladas anuales y sólo cuatro tienen facturaciones superiores a los 10 millones de euros. En la cúpula de la estructura empresarial aparecen algunos grandes grupos que han incorporado la miel a sus líneas de negocio, mientras que en la base se encuentra un gran número de pequeños operadores de carácter semiartesanal. Las marcas blancas han adquirido durante los últimos años una clara preponderancia en la distribución moderna y acaparan la mayor parte de las ventas en ese canal.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MERMELADAS Y MIEL

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	667,00
Nutrexpa, S.L. *	391,03
Hero España, S.A. *	211,49
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	160,70
Grupo Helios *	135,00
Alcurnia Alimentación, S.L. *	31,45
Mielso, S.A.	16,50
Euromiel, S.C.L.	16,00
Feyce, S.L.	15,00
Trapa (Div. Chocolates, Miel y Caramelos) *	15,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de miel en el último ejercicio computado rondaron las 18.500 toneladas. Los países de la Unión Europea absorbieron un 89,2% de ese comercio exterior, mientras que el restante 10,8% se dirigió hacia terceros países. Los principales mercados de destino para la miel española fueron Francia (6.270 toneladas), Alemania (3.410 toneladas), Italia (2.340 toneladas) y Portugal (980 toneladas). Por su parte, las importaciones alcanzaron las 17.900 toneladas, de las que el 74,7% provenía de países terceros y el restante 25,3% resultaba comercio intracomunitario. China aparece como el principal proveedor de miel para el mercado español, con 11.330 toneladas. A mucha distancia aparecen Uruguay (1.700 toneladas), Bélgica (1.430 toneladas), Alemania (1.100 toneladas) y Francia (510 toneladas). El valor de las exportaciones de miel es muy superior al de las importaciones, ya que las primeras alcanzaron 56,9 millones de euros frente a los 31,3 millones de las segundas.



Consumo y gasto en miel

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 18,3 millones de kilos de miel y gastaron 97,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,4 kilos de consumo y 2,1 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 66,7% del gasto, con un total de 1,4 euros por persona, mientras que la miel a granel presenta un porcentaje del 33,3% y un total de 70 céntimos de euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN MIEL DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL MIEL	**18,3**	**0,4**	**97,3**	**2,1**
GRANEL	5,5	0,1	31,5	0,7
ENVASADA	12,8	0,3	65,8	1,4

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2012 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 sin niños consumen más cantidad de miel, 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 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 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 miel, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes.*

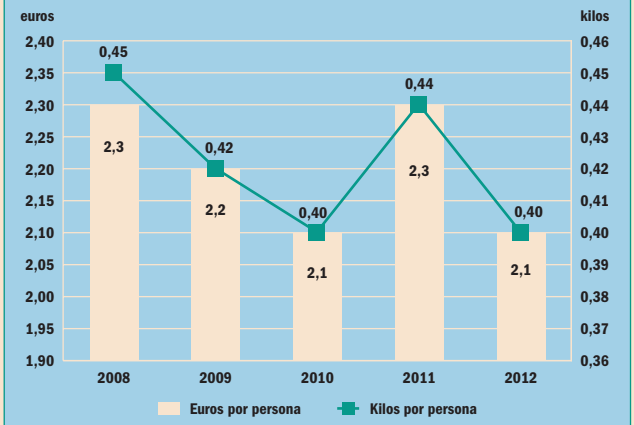


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, País Vasco y Cataluña cuentan con los mayores consumos de miel 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 miel se ha mantenido estable, y el gasto ha caído 20 céntimos de euro per cápita con respecto a 2008. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2008 (0,45 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2008 y 2011 (2,3 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE MIEL, 2008-2012

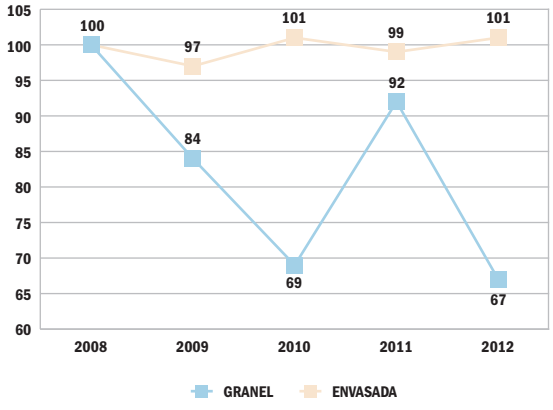




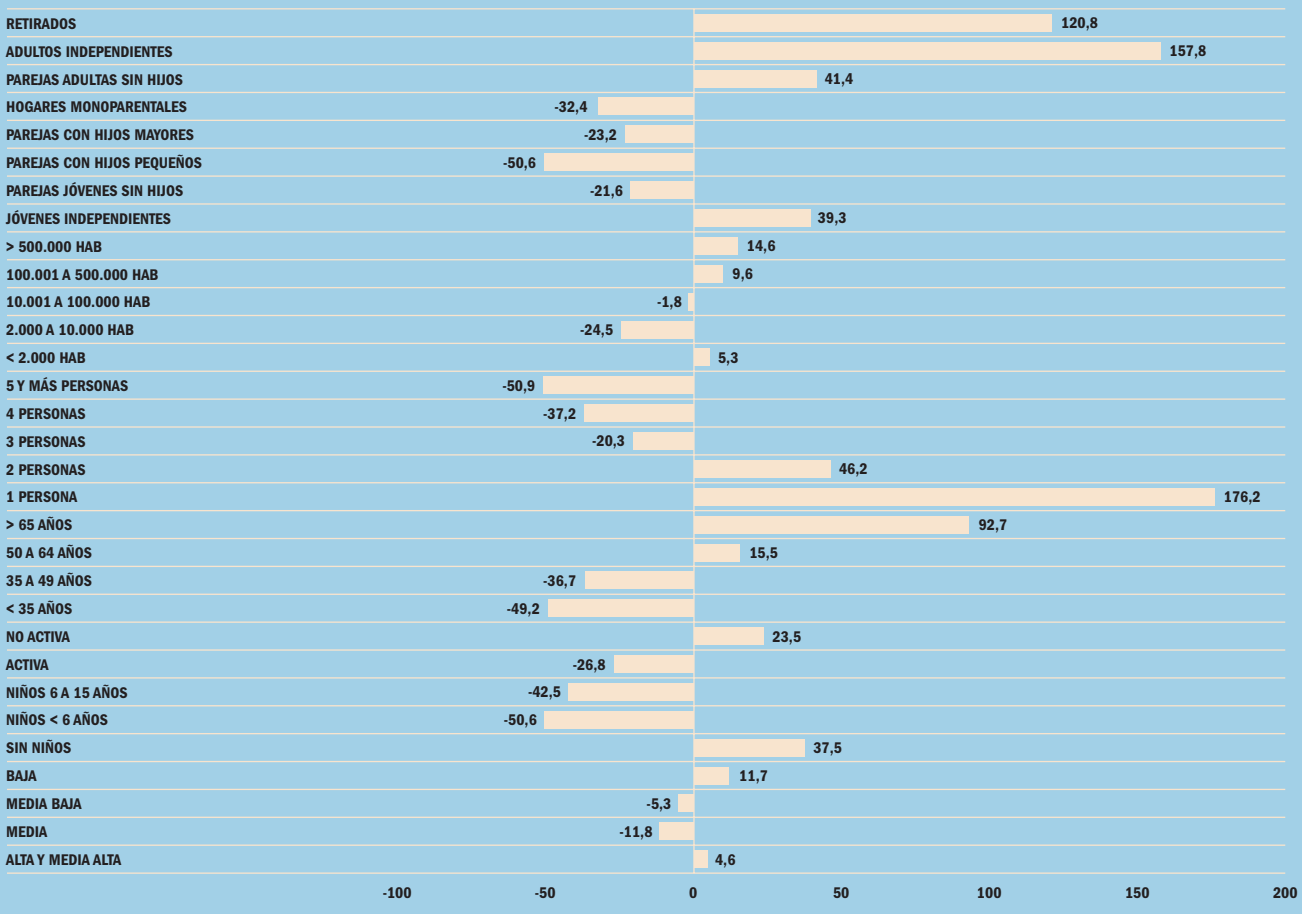


En la familia de miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de miel envasada aumenta y, por el contrario, en miel a granel se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MIEL (2008=100), 2008-2012

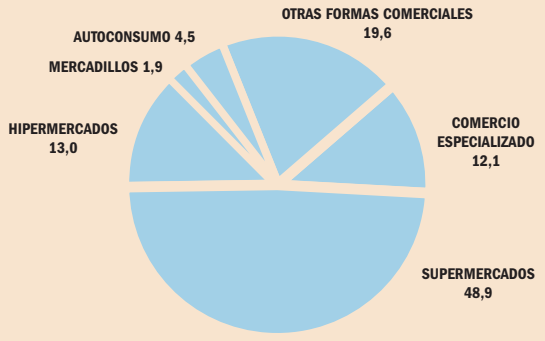


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MIEL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 0,4 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (48,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 13%, el establecimiento especializado representa el 12,1%, y el autoconsumo el 4,5%. Los mercadillos suponen el 1,9%, y las otras formas comerciales concentran el 19,6% 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

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

CANARIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MIEL DE TENERIFE ***



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)



**** Denominación en proyecto*

✪ 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 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.

Chocolates y derivados del cacao



El mercado de chocolates y derivados del cacao en nuestro país registró durante el último ejercicio computado un pequeño incremento del 0,6%, acercándose hasta las 268.490 toneladas, por un valor de más de 1.476 millones de euros, un 5,7% más que en el año anterior. Las tabletas suponen la principal partida en valor de ese mercado, con el 32% del total, aunque han perdido dos puntos porcentuales en el último año, seguidas por los cacaos y preparados de desayuno (24%), los productos de impulso (16%) y los bombones (14%). Cierran esta relación los productos de impulso y las cremas para untar, con porcentajes respectivos del 7%. Entre las tabletas, las de chocolate con leche representan el 38% de todas las ventas en volumen y el 28,4% en valor. Las especialidades suponen, por su parte, el 33,1% y el 39,4% respectivamente, mientras que los chocolates con adicción representan el 28,9% del mercado en volumen y el 32,1% en valor. Por lo que hace referencia a los bombones, la partida más importante es la de los surtidos, con el 44,9% en volumen y el 49,1% en valor, seguidos por otros bombones (33,1% y 28,1%) y los de chocolate y frutos secos (22,1% y 22,8%). Dentro de los snacks de chocolate y cereales, una partida en crecimiento constante, las barras son la principal oferta, ya que suponen el 41,7% de todo ese mercado en volumen y el 40,3% en valor. A continuación aparecen las barritas de adultos (26,1% y 24,6%) y las grageas (16,1% y 16,2%).

El cacao ocupa el tercer lugar, después del azúcar y el café, en el mercado mundial de materias primas. El caco ordinario que proviene de las variedades Forastero representa el 95% de la producción mundial, mientras que el cacao fino o aromático que proviene de las variedades Criollo o Trinitario apenas supone el 5% restante. La producción mundial de cacao en la campaña 2011/ 2012 rondó los 4 millones de toneladas, con una disminución interanual del 7%. Un 70% de esa producción se concentra en África del oeste. Los principales productores son Costa de Marfil, Ghana, Nigeria y Camerún. Fuera de África, otros grandes productores son Indonesia, Brasil, Ecuador, República Dominicana y Malasia.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.425,00
Kraft Foods *	625,00
Nutrexpa, S.L. *	391,03
Natra, S.A. – División Chocolates y Cacao	327,13
Ferrero Ibérica, S.A.	205,00
Kraft Foods España Com., S.L. (Div. Confitería) *	150,00
Indcre, S.A. (Indcresa) *	111,08
Lacasa, S.A. - Grupo *	96,80
Dulcesa, S.L. *	95,20
Nederland, S.A. *	92,73

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado del chocolate y derivados del cacao en España y en el mundo se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos que son importantes compañías multinacionales y que tienden a controlar desde los mercados de materias primas la totalidad de la cadena alimentaria hasta la distribución final.

El principal operador radicado en España es un enorme grupo internacional, en la que el sector del chocolate y los derivados constituye una de sus líneas de negocio más características. Tiene una plantilla de 3.200 trabajadores y sus ventas anuales relacionadas con chocolate y cacao llegan a los 270 millones de euros. Se asume que tiene una cuota de mercado del 21% del total. El segundo operador controla el 16% del mercado y sus ventas llegan a los 200 millones de euros anuales, mientras que el tercero ronda los 189 millones de euros y el cuarto supera los 175 millones de euros.

Las marcas de distribución han adquirido una importancia creciente en un mercado dominado hasta hace muy poco tiempo por las ofertas de fabricante. Dentro de las tabletas de chocolate, las marcas blancas suponen el 33,1% de todas las ventas en volumen, mientras la primera oferta marquista llega hasta el 30,4%, la segunda se queda en el 14,6% y la tercera se acerca al 10%. Por lo que hace referencia a las bebidas de cacao, las marcas de distribución acaparan el 15,1% del mercado en el cacao soluble y un 6,1% en el instantáneo frente a unos más importantes 39,4% y 33,5% de las primeras ofertas con marca propia en los casos de los cacaos solubles e instantáneos. Por último, entre las cremas para untar las marcas blancas controlan el 43,8% de todas las ventas, mientras que el primer fabricante con marca propia se queda en el 37% y el segundo se sitúa en el 18,9%. Evidentemente, los porcentajes en valor son bastante diferentes, ya que en el caso de las tabletas de chocolate y bombones el primer lugar lo ocupa una marca de fabricante, con el 27,4%, mientras que las marcas de distribución se quedan en el 21,1%. ○

COMERCIO EXTERIOR

De acuerdo con las cifras proporcionados por la Asociación Española del Dulce las exportaciones españolas de chocolates y derivados del cacao cayeron en un importante 13,9% y se quedaron en 68.090 toneladas. En valor, el comportamiento fue claramente mejor, ya que se registró un incremento del 1,6%, llegando a 391,27 millones de euros. Estas cifras indican que las ventas en el exterior suponen el 25,4% de este mercado en volumen y el 26,5% en valor. Los principales destinos de este comercio exterior son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Portugal, Italia, Alemania, Bélgica, Reino Unido y Grecia. Fuera de la Unión Europea, Argelia y Marruecos constituyen otros importantes clientes de los chocolates y cacaos españoles.

Por lo que hace referencia a las importaciones, hay que tener en cuenta que en nuestro país no se produce cacao, así que toda la materia prima debe ser importada. Alrededor de 90.000 toneladas de cacao en grano son adquiridas en los mercados internacionales para ser posteriormente procesadas en España. Las importaciones de productos ya elaborados llegan a unas 192.000 toneladas. La principal partida es la de artículos de confitería y sucedáneos, seguida por los chocolates sin rellenar y los bombones. Los principales proveedores de chocolates y derivados del cacao para el mercado español son también otros países europeos, encabezados por Países Bajos, Francia, Alemania, Italia, Bélgica, Austria y Portugal. ○



CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 158,7 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.052,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,4 kilos de consumo y 22,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al cacao soluble (1,2 kilos por persona y año), seguido de los chocolates, con un consumo de 1,1 kilos por persona al año. En términos de gasto, el cacao soluble concentra el 24,1% del gasto, con un total de 5,5 euros por persona, mientras que los chocolates presentan un porcentaje del 36,8% y un total de 8,4 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDÁNEOS	**158,7**	**3,4**	**1.052,6**	**22,8**
CHOCOLATES	52,5	1,1	389,0	8,4
CHOCOLATE TABLETAS	44,3	1,0	322,8	7,0
CON LECHE	27,9	0,6	187,5	4,1
SIN LECHE	16,4	0,4	135,3	2,9
CON ALMENDRAS	6,0	0,1	52,2	1,1
OTROS CHOCOLATES	38,3	0,8	270,6	5,9
TURRÓN DE CHOCOLATE	8,2	0,2	66,2	1,4
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	106,2	2,3	663,6	14,4
BOMBONES	11,7	0,3	168,4	3,7
SNACKS CHOCOLATE	11,5	0,2	126,5	2,7
CACAO SOLUBLE	55,5	1,2	253,3	5,5
NORMAL	54,1	1,2	236,0	5,1
LIGHT	1,4	0,0	17,3	0,4
CREMA CACAO UNTAR	17,0	0,4	85,0	1,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

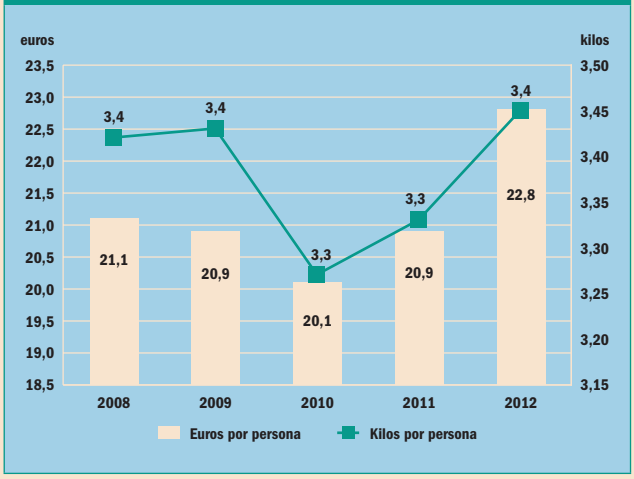
En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 con niños menores de 6 años.*
- *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 edad comprendida entre 35 y 49 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 dos personas.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios de más 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, 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, las parejas adultas sin hijos, retirados, y parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, La Rioja y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cataluña, Andalucía y Madrid.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de chocolates y derivados del cacao se ha mantenido estable y el gasto ha experimentado un crecimiento de 1,7 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en los años 2008, 2009 y 2012 (3,4 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2012 (22,8 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO, 2008-2012

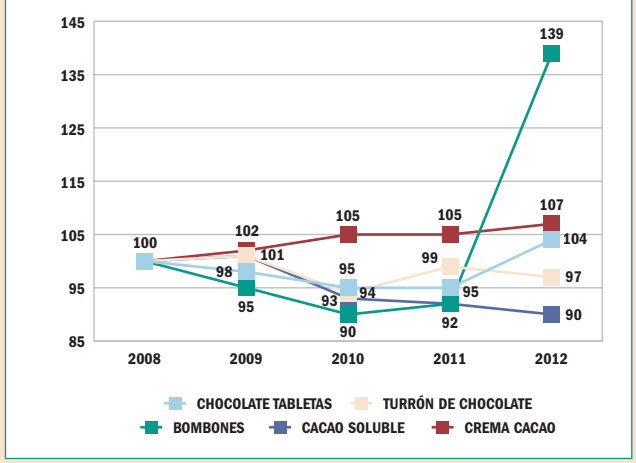






En la familia de chocolates y derivados del cacao, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de bombones, crema de cacao y tabletas de chocolate aumenta y, por el contrario, en turrón de chocolate y cacao soluble se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CHOCOLATES (2008=100), 2008-2012

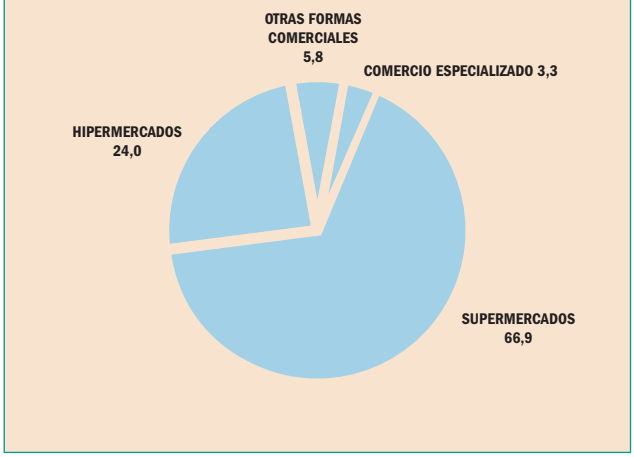


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 3,4 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (66,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 24%, mientras que los establecimientos especializados representan el 3,3%. Las otras formas comerciales concentran un 5,8% de la cuota de venta global. ○

Platos precocinados y preparados

Resulta difícil proporcionar unas cifras generales y contrastadas del sector de platos preparados y precocinados, ya que constituye un mercado con una gran heterogeneidad de ofertas y con perspectivas de futuro muy diferentes. En cualquier caso, todas las estimaciones disponibles indican que nos encontramos con un sector dinámico que presenta tasas de crecimiento interanual bastante importantes y que está logrando sortear la crisis de manera muy positiva.

Por lo que hace referencia a los platos preparados congelados, se considera que las ventas durante el pasado ejercicio se situaron en unos 118 millones de kilos, un 3,1% más que en 2011, por un valor que rondó los 549,1 millones de euros (+2,6%). Las pizzas congeladas suponen el 39,4% de todo ese mercado en valor y el 27,3% en volumen. A continuación aparecen los platos cocinados congelados, con cuotas del 36,5% y del 45,2% respectivamente. Después de las dos presentaciones más consolidadas, se sitúan las carnes empanadas (10% y 9,1% respectivamente), las croquetas (7,9% y 11,5%), las empanadas y rollitos (4,5% y 5,4%) y las tartas saldas y otros (1,7% y 1,4%).

Las ventas de platos preparados a temperatura ambiente supuso durante el pasado ejercicio unos 172 millones de euros y alrededor de 124,5 millones de unidades vendidas, lo que implica descensos interanuales del 2,6% en valor y del 3,5% en volumen. Las ofertas "ambiente" representaron el 81,5% del total de ventas en valor y el 74,9% en volumen. A mucha distancia se situaron las ofertas clásicas (11,1% y 12,6%) y los ***noodles*** (7,5% y 12,5%). Por último, el mercado de platos preparados refrigerados registró una facturación de unos 906,9 millones de euros, un 1,4% más que en el ejercicio precedente, con 177,2 millones de kilos vendidos (+0,6%). Las pizzas aparecen como la oferta más consolidada, con cuotas del 42,5% del total en valor y del 38,9% en volumen, seguidas por las comidas (18,1% y 12,9%), sucedáneos de angula y surimi (12,7% y 6,3%), otros/ aperitivos (9,4% y 22,9%), sándwiches (5,2% y 4%), tortillas (5% y 8%) y ensaladas (3,9% y 4,4%).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial de elaboradores y comercializadores de platos preparados y precocinados presenta una gran diversidad aunque, en términos generales, puede señalarse que tiende a encontrarse dominado por grandes grupos que, a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. Las buenas perspectivas de crecimiento de algunas de las ofertas de este mercado ha hecho que, en los últimos tiempos, empresas de sectores afines hayan abierto líneas de negocio en el sector, intentando diversificar su actividad y arañar cuotas de ventas. Así, algunos de los grandes líderes de sectores como el cárnico, productos congelados y conservas han irrumpido con fuerza en este sector.

En términos generales, se considera que las empresas fabricantes y comercializadoras de platos preparados y precocinados en nuestro país son unas 375, con un plantilla conjunta que ronda los 9.000 trabajadores. Los niveles de concentración en el sector son bastante elevados, ya que la cuota de mercado de los cinco principales grupos llega hasta el 39% del total de ventas, mientras que ese porcentaje se incrementa hasta el 47,5% al contabilizar los diez operadores más importantes.



Dentro de los platos preparados a temperatura ambiente, el líder sectorial (una importante compañía multinacional) controla el 25,7% de todas las ventas en valor y el 22,2% en volumen, mientras que el segundo presenta unos porcentajes mucho más bajos del 6,3% y 5,4%. Las marcas de distribución tienen una importancia significativa, con cuotas del 27,6% en valor y del 35,9% en volumen.

También entre los platos preparados refrigerados las marcas de distribución ocupan un posición destacada, ya que controlan el 49,8% de todo el mercado en valor y el 61,2% en volumen, frente a la primera oferta marquista, con cuotas del 13,2% en valor y del 10,5% en volumen. La segunda oferta con marca de fabricante presenta unos porcentajes mucho más bajos, del 3,6% y del 3% respectivamente.

COMERCIO EXTERIOR

Las cifras de comercio exterior en el mercado de platos precocinados y preparados resultan muy poco fiables, ya que al tratarse de un sector controlado por grandes grupos internacionales, muchos de los movimientos se consideran dentro de plantas de una misma compañía y no aparecen reflejados en las estadísticas de importaciones y exportaciones. De todas maneras, todas las estimaciones disponibles señalan la poca importancia de ese tipo de movimientos, ya que los costes de almacenamiento y transporte tienden a ser muy elevados y las empresas prefieren situar plantas de producción cerca de los principales mercados, con redes de distribución de carácter local.

Rompiendo esa regla general, puede indicarse que existen algunas importantes exportaciones españolas de gazpacho y cremas que se dirigen preferentemente hacia el mercado francés. También en los últimos años hubo un importante comercio de hamburguesas hacia Rusia. Por último, hay que reconocer que buena parte de la materia prima utilizada en la elaboración de estas ofertas proviene del exterior, especialmente de China y Perú. ○

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 556,6 millones de kilos de platos preparados y gastaron 2.252,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 12,1 kilos de consumo y 48,9 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (4,3 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,5 kilos per cápita), las pizzas (2,1 kilos per cápita), y los platos preparados en conserva (1,4 kilos per cápita). El resto de platos preparados representa 1,8 kilos per cápita al año. En términos de gasto, las pizzas concentran el 26%, con un total de 12,7 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 24,9% y un total de 12,2 euros por persona al año. A continuación se encuentran los platos preparados en conserva, con el 14,9% y 7,3 euros por persona, y las sopas y cremas, con el 11,5% y un total de 5,6 euros por persona. El resto de platos preparados acapara el 22,7% restante, con un total de 11,1 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PLATOS PREPARADOS	**556,6**	**12,1**	**2.252,5**	**48,9**
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	63,9	1,4	334,4	7,3
CONSERVA CARNE	27,0	0,6	167,4	3,6
CONSERVA PESCADO	1,6	0,0	19,4	0,4
CONSERVA VEGETAL	27,7	0,6	107,7	2,3
CONSERVA LEGUMBRE	14,4	0,3	43,6	0,9
CONSERVA PASTA	7,5	0,2	40,0	0,9
PLATOS PREPARADOS CONGELADO	116,8	2,5	563,6	12,2
CONGELADO CARNE	28,3	0,6	120,7	2,6
CONGELADO PESCADO	41,5	0,9	228,7	5,0
CONGELADO VEGETAL	20,0	0,4	89,7	1,9
CONGELADO PASTA	16,6	0,4	69,4	1,5
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	10,5	0,2	55,2	1,2
SOPAS Y CREMAS	199,0	4,3	256,9	5,6
PIZZA	95,5	2,1	585,7	12,7
PASTA RESTO	7,5	0,2	59,1	1,2
TORTILLAS REFRIGERADAS	9,7	0,2	30,2	0,7
OTROS PLATOS PREPARADOS	64,3	1,4	422,7	9,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

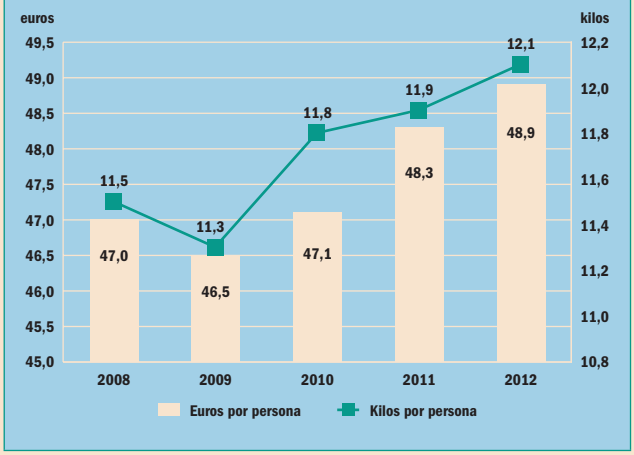
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de platos preparados, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de platos preparados es superior.*
- *En los hogares donde compra una persona con más de 65 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 con menos de 35 años.*
- *Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de platos preparados, mientras que los hogares compuestos por 5 o más miembros tienen los consumos más bajos.*
- *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 jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos, retirados 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 entre las parejas adultas sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, 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

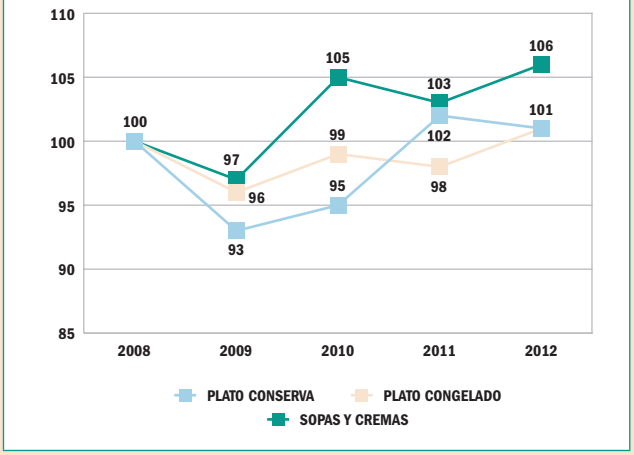
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 0,6 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1,9 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se produjo en el año 2012 (12,1 kilos y 48,9 euros por consumidor).

En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha similar para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2008, el consumo de sopas y cremas, platos preparados en conserva y platos preparados congelados ha aumentado.

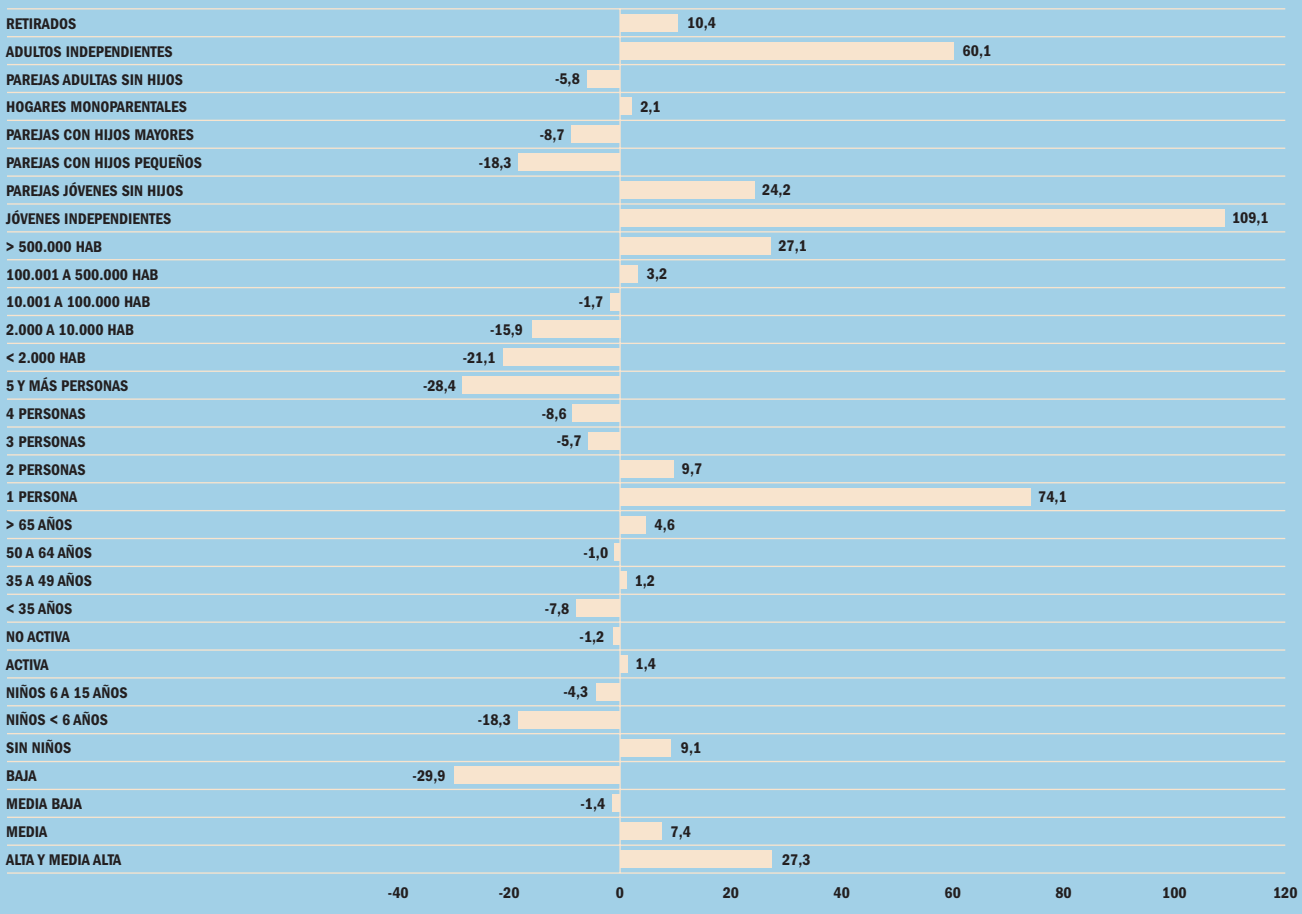
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE PLATOS PREPARADOS, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PLATOS PREPARADOS (2008=100), 2008-2012

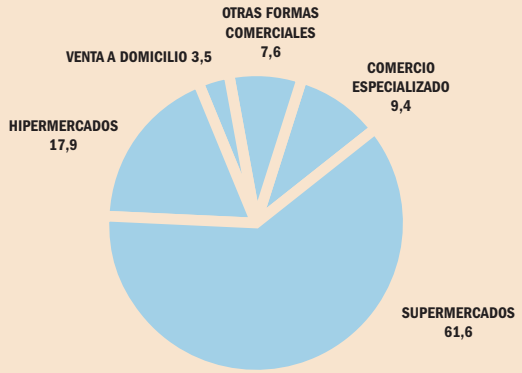


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 12,1 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (61,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 17,9% y los establecimientos especializados llegan al 9,4%. La venta a domicilio representa el 3,5%, mientras que otras formas comerciales alcanzan una cuota del 7,6%.

Productos deshidratados

Los productos deshidratados constituyen un mercado muy variado en el que conviven ofertas muy clásicas y consolidadas, como las sopas deshidratadas o los cubitos de caldo, que tienen elevados síntomas de madurez, frente a otras presentaciones más novedosas, entre las que destacan los platos preparados deshidratados. Hay que tener en cuenta que algunos de los productos deshidratados más importantes, como la leche en polvo, algunas leches infantiles o el café soluble, no se incluyen en este apartado.



El mercado de productos deshidratados ronda las 170.000 toneladas y los 620 millones de euros. Dentro de los platos, los elaborados con base de pasta son los que registran mayores ventas, seguidos a mucha distancia por los elaborados con una base de arroz. Las salsas deshidratadas representan alrededor del 25% del mercado de salsas preparadas para cocinar. La concentración y el predominio de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de productos deshidratados. Cuatro filiales de otras tantas compañías multinacionales controlan este mercado en España. Las marcas blancas acaparan más de la mitad de todas las ventas en volumen de productos deshidratados en la distribución moderna. En el caso de las sopas de sobre, sus porcentajes son del 34% en volumen y del 23,2% en valor, mientras que la primera oferta con marca de fabricante controla el 49% de las ventas en volumen y el 54,8% en valor.

Comida étnica

La denominada comida étnica está formada por un conjunto muy variado de ofertas que se caracteriza por presentar propuestas alimentarias provenientes de otras culturas. Hay que tener en cuenta que alrededor de 5,4 millones de personas entre la población residente en España es de origen inmigrante, lo que crea una base muy importante para el desarrollo de estos productos. Además, la popularización de los viajes y el conocimiento de otras realidades y países han provocado que buena parte de la población española se aficione a otras propuestas gastronómicas y apueste por su consumo en establecimientos de hostelería y, también, en el hogar. Se supone que las cadenas de gran distribución incluyen entre sus ofertas alrededor de 1.000 referencias de otras culturas gastronómicas, entre las que destacan Rumanía, Marruecos, Ecuador, Perú, Colombia y República Dominicana.

Más allá de la importancia de los contingentes de población inmigrante, las ofertas más consolidadas de comida étnica en nuestro país son las de China, India y México. El valor de mercado de la comida étnica en España puede superar ya los 510 millones de euros anuales. Las ventas de comida mexicana llegan hasta unas 10.000 toneladas anuales y registran tasas de crecimiento en torno al 30% anual. Dentro de estas ofertas, los platos preparados han registrado un comportamiento más dinámico, multiplicando por ocho sus ventas en volumen (3.500 toneladas) y por diez en valor (22 millones de euros). En el caso de las comidas orientales, los rollitos primavera y el arroz tres delicias aparecen como sus ofertas más demandadas, aunque con evidentes síntomas de madurez. Las comidas japonesa, indonesia y tailandesa están también incorporándose a los hábitos alimenticios de los españoles. A medida que las ofertas se encuentran ya consolidadas, las marcas blancas tienden a adquirir un mayor protagonismo. En la actualidad suponen ya alrededor de la mitad de todas las ventas de platos mexicanos, con un incremento interanual del 10%, y en torno a una cuarta parte de las de rollitos primavera.



Caldos y sopas

Consumo y gasto en caldos y sopas

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 9,6 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron 91,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 2 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CALDOS Y SOPAS	9,6	0,2	91,6	2,0

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase media baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de caldos y sopas, 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 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 35 y 49 años.*
- *Los hogares formados por dos personas muestran los consumos más elevados de caldos y sopas, mientras que los índices de consumo más bajos tienen lugar en los hogares compuestos por cinco o más 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 municipios (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, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Asturias y Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Navarra y Cataluña.*

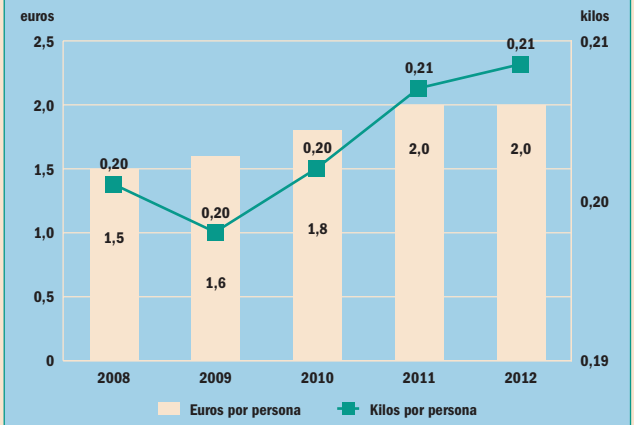




Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de caldos ha aumentado 0,01 kilos por persona y el gasto ha experimentado un crecimiento de 50 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se produjo en los años 2011 y 2012, con 0,21 kilos y 2 euros por consumidor.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE CALDOS, 2008-2012

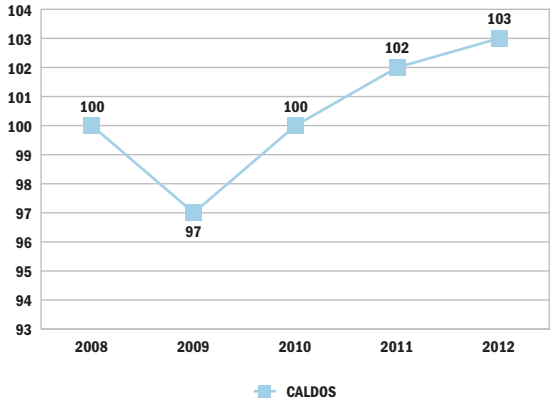




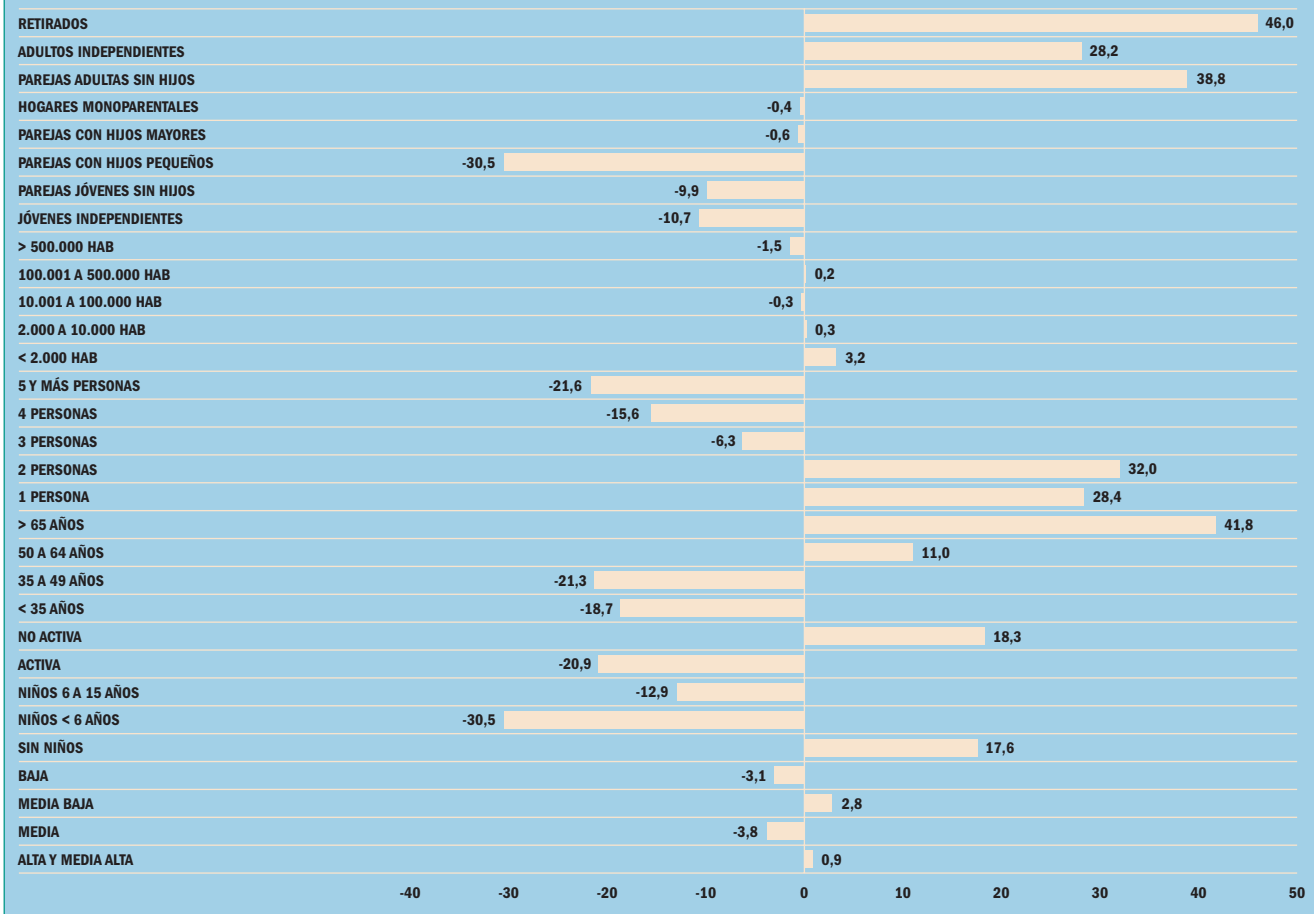


En el periodo 2008-2012 y respecto a la demanda de 2008, el consumo de caldos ha aumentado.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CALDOS (2008=100), 2008-2012

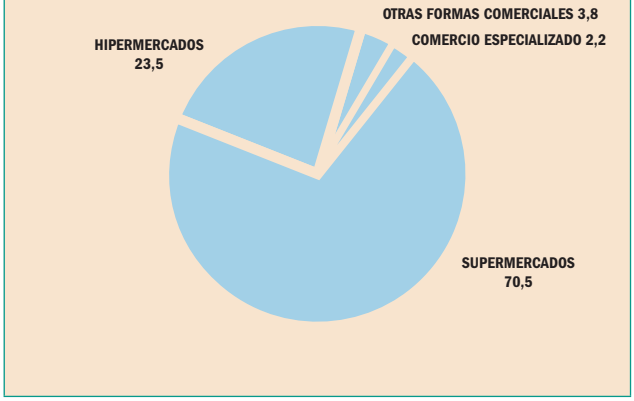


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CALDOS Y SOPAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 0,2 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALDOS Y SOPAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (70,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 23,5% y los establecimientos especializados llegan al 2,2%. Las otras formas comerciales suponen el 3,8% restante.

Productos dietéticos

No se encuentran disponibles cifras muy fiables sobre el mercado de los productos dietéticos y complementos alimenticios, ya que existe una gran diversidad de ofertas en múltiples sectores. Se considera que el valor total de todos estos productos puede acercarse a los 770 millones de euros, con tasas de crecimiento interanual en torno al 5%. Los peores años para el sector fueron 2009 y 2010, con caídas del -5% y del -0,9% en las ventas. Dentro de la gran variedad de productos que componen este mercado son los alimentos para trastornos del metabolismo y la nutrición enteral los que han tenido un comportamiento más dinámico, representando alrededor del 7% del total. Por el contrario, el segmento de los complementos alimenticios tuvo un comportamiento bastante peor, perdiendo alrededor de un 1,3% de sus demandas. Las ventas de alimentos dietéticos, por su parte, se mantuvieron estabilizadas en torno a 120 millones de euros. Algunos productos concretos que parecen encontrarse inmersos en dinámicas positivas son las barritas dietéticas y las tortitas de arroz y chocolate. También los suplementos alimenticios y el segmento "sport" presentan buenas tasas de crecimiento.

Los productos específicamente dietéticos suponen alrededor del 40% del mercado en volumen y algo más del 67% en valor. Dentro de estos productos, las tortitas de arroz acaparan el 45% de las ventas en volumen y el 52% en valor. A continuación aparecen las galletas, con porcentajes respectivos del 21,5% y del 19%. Menos importancia tienen las mermeladas, los chocolates, los sustitutivos del pan y los cereales. Finalmente aparecen algunos productos de bollería, las pastas, las levaduras y los zumos.

Los segmentos de hierbas medicinales y dietas hipocalóricas parecen mostrar claros síntomas de madurez y sus ventas se redujeron en alrededor de un 2%. Por lo que hace referencia a los edulcorantes de boca, alcanzaron un valor de 30 millones de euros, sin apenas modificaciones interanuales. Hay que tener en cuenta que normalmente no se incluyen dentro de la partida de productos dietéticos a las bebidas *light* o sin azúcar, que representan alrededor de una cuarta parte del mercado total de bebidas refrescantes. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de productos dietéticos está compuesto por unos 220 empresas, con una plantilla conjunta de 3.850 trabajadores, lo que supone una media de 17,5 empleados por empresa. La cuota de mercado de las cinco primeras empresas llega hasta el 51,3%, y ese porcentaje se incrementa hasta el 69,6% en el caso de los diez grupos más importantes. Dentro del segmento específico de la herbodietética se registra una gran atomización, ya que se encuentran en actividad unas 130 pequeñas y medianas empresas, la mayoría situadas en Cataluña. El mercado se encuentra dominado por las ofertas marquistas. El líder sectorial presenta una cuota de mercado del 40%, mientras que las marcas de distribución apenas suponen el 10%.

La reducción de las demandas ha provocado el abandono de actividad de algunas empresas, aunque esa tendencia se vio compensada con la entrada de compañías provenientes de los sectores alimentario y farmacéutico. Aunque existen algunos grandes grupos multinacionales, en el sector predominan las empresas de tamaño mediano y pequeño. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.425,00
Lactalis Puleva, S.L. *	400,00
Hero España, S.A. *	211,49
Laboratorios Ordesa, S.L. *	96,80
Alter Farmacia, S.A. *	68,00
Herbalife International España, S.A. *	62,00
Casa Santiveri, S.L.	50,00
Numil Nutrición, SRL. *	48,00
Biocentury, S.L.U.	39,00
Nutrition & Sante Iberia, S.L.	37,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La distribución comercial de los productos dietéticos en España se realizaba tradicionalmente en los establecimientos de herbodietética (los clásicos herbolarios), pero esa situación ha cambiado de forma radical durante los últimos años. Se estima que existen unos 3.400 herbolarios en actividad, pero su cuota de mercado se ha ido reduciendo por la competencia de las grandes cadenas de la distribución organizada. Así, este canal acapara ya el 65% de todas las ventas de productos de control de peso, dietas hipocalóricas y alimentos sin gluten. Es en las ventas de plantas medicinales donde el canal tradicional mantiene su supremacía, con una cuota que supone el 80% del total. Para complicar algo más este escenario, hay que indicar que durante los últimos tiempos las farmacias han tendido también a arañar cuota de mercado en la venta de este tipo de productos, y parecen tener unas expectativas de crecimiento bastante positivas.



CONSUMO

El consumo de alimentos dietéticos en España se encuentra todavía claramente por debajo de la media europea, por lo que se estima que hay un potencial importante de crecimiento durante los próximos años. De todas formas, esa afirmación necesita ser matizada, ya que alguna de las ofertas más clásicas muestran síntomas de madurez, con un fuerte predominio de las marcas blancas. Alrededor de un 10% de los españoles afirma consumir productos dietéticos de manera habitual, mientras que ese porcentaje llega en Alemania hasta el 40%. Por debajo de este país se sitúan Reino Unido y Francia, con cifras que oscilan entre el 20% y el 27%. Otro rasgo del consumo de estos alimentos en nuestro país es su fuerte estacionalidad, ya que un 70% de las ventas se concentran en los meses de verano. Con respecto a las hierbas medicinales, España registra uno de los mayores niveles de consumo de toda Europa.



Productos funcionales

Los productos funcionales se han convertido en una de las líneas de trabajo más importantes de la mayor parte de las empresas de prácticamente todos los sectores alimentarios. Se trata de un muy variado conjunto de ofertas y presentaciones, lo que hace muy difícil que se proporcionen cifras ajustadas sobre sus respectivos volúmenes de negocio. Aunque resulta imposible establecer una definición absolutamente clara de este tipo de alimentos, puede indicarse que alrededor del 25% de todas las ventas en libreservicio corresponde a alimentos funcionales, lo que supone más de 6.000 millones de euros anuales. Alrededor del 50% de toda esa facturación corresponde a diferentes productos lácteos. Dependiendo de los sectores, la penetración de este tipo de ofertas es más significativa. En productos como los panes, los cereales para desayuno, los yogures, la mantequilla, la leche o las galletas, las presentaciones funcionales acaparan alrededor de la mitad de todo el mercado. En la Unión Europea el mercado de la nutrición y la prevención de la salud supera los 15.000 millones de euros, de los que alrededor del 66% corresponde a los alimentos funcionales y dietéticos, el 24% a suplementos alimenticios y el 10% restante a productos de cosmética.

En los últimos tiempos, las presentaciones de nuevos productos funcionales han tendido a reducirse, aunque no han desaparecido. La situación de crisis y la dificultad de colocar ofertas de mayor valor añadido parecen ser las causas



principales que explican esta disminución de los ritmos de lanzamiento de novedades. La mayoría de los alimentos funcionales comprados en nuestro país son bajos en grasa (25% de todas las ventas de este mercado), seguidos por los que incluyen fibra (20%), los alimentos light (19%), los que incluyen calcio (15%), los que aportan vitaminas (8%), los bajos en sal (7%) y los que contribuyen a reducir los niveles de colesterol (6%). Se considera que en la actualidad cerca del 70% de los hogares españoles adquiere algún tipo de alimento funcional, lo que indica la importancia adquirida por estas ofertas. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En sentido estricto hay que reconocer que no existe en nuestro país (ni en ningún otro) un sector empresarial específico de alimentos funcionales, ya que se trata de una línea de negocio que han ido incorporado todos los principales grupos de los diferentes sectores alimentarios. Atendiendo a sus buenas perspectivas de crecimiento, las empresas más dinámicas de cada mercado han realizado inversiones para poder presentar productos funcionales que complementen sus ofertas más tradicionales. Una limitación a la hora de desarrollar una línea propia de ofertas funcionales es la necesidad de efectuar fuertes inversiones previas, lo que reduce la posibilidad de integrarse en ese negocio a las grandes compañías alimentarias. Una preocupación general entre todos los operadores que impulsan este tipo de ofertas es la necesidad de presentar etiquetas limpias donde no se incluyan potenciadores de sabor, conservantes ni colorantes artificiales. En las leches enriquecidas, las marcas blancas controlan el 45% del total de ventas, mientras que la primera oferta marquista llega al 29%. Dos grandes fabricantes acaparan casi el 90% de todas las ventas de la confitería funcional. La principal oferta marquista dentro de las bebidas funcionales acapara el 40% de todas las ventas, mientras que las marcas de distribución llegan el 30%. ○

Alimentación infantil

El mercado de alimentos infantiles en España se situó durante 2012 en 58.940 toneladas, un 3,5% menos que en 2011. El valor global fue de 505,2 millones de euros, un 3,7% menos. La situación de crisis y el continuo descenso de la natalidad constituyen dos frenos que han provocado la reducción de las demandas de este tipo de productos. Todas las estimaciones demográficas indican que España perderá población durante el próximo medio siglo, de los 46,2 millones actuales a 41,5 millones en 2050. El INE pronostica un paulatino descenso de la natalidad y supone que en 2021 nacerán 375.160 bebés, un 20% menos que diez años antes. En la actualidad el promedio de hijos por mujer es de 1,36. En Galicia, Castilla y León, Asturias, País Vasco, Aragón, Extremadura, Cantabria y La Rioja las defunciones superan ya a los nacimientos. Teniendo en cuenta esas previsiones no es extraño que el mercado de alimentos infantiles registre una situación complicada que puede verse agravada en el futuro. Los tarritos acaparan el 61,4% de todas las ventas en volumen y el 45,1% en valor, seguidas por las leches infantiles, con porcentajes respectivos del 23,4% y del 40,2%. De manera más específica, las leches líquidas suponen el 14,7% de las demandas en volumen y el 22% en valor, mientras que las leches en polvo acaparan unas cuotas del 8,5% y del



18,2% respectivamente. Las papillas, por su parte, alcanzan el 15,4% de todas las ventas en volumen y el 14,6% en valor. Durante el pasado año, el valor de los tarritos se incrementó en un 2,9%, mientras que las leches líquidas disminuyeron su porcentaje de mercado en valor en un 6,7%, después de una importante corrección a la baja de sus precios. Los tarritos más demandados son los elaborados a base de frutas y postres, ya que representan el 41,8% en volumen y el 42,9% en valor. En el caso de las papillas, las presentaciones en polvo representan el 69,8% de todas las ventas en volumen y el 75,8% en valor. Los porcentajes restantes del 30,2% y del 24,2% corresponden a las papillas líquidas. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de alimentos infantiles en España se encuentra dominado por unas pocas y grandes empresas que en su mayoría son filiales de grandes compañías multinacionales. La situación de crisis ha hecho que en los últimos años las marcas de distribución hayan crecido de manera significativa dentro de un sector dominado claramente por las ofertas con marca propia. Dentro de los tarritos, el primer fabricante registra unas cuotas del 69,4% en volumen y del 66,7% en valor, mientras que el segundo se queda en el 25,7% y el 27,7% respectivamente. En el caso de la leche líquida, el grupo líder llega al 53% en volumen y el 50,3% en valor y el segundo registra unas cuotas del 29,5% y del 35,7%. Por lo que hace referencia a las leches en polvo, la primera oferta marquista llega hasta el 49,2% de todas las ventas en volumen y el 56,6% en valor. El segundo operador, por su parte, ronda el 39,1% en volumen y el 32,1% en valor. Por último, entre las papillas la oferta más importante acapara el 54,8% de las ventas en volumen y el 60,1% en valor, mientras que la segunda ronda el 40,6% y el 36,3%.

En términos generales, puede indicarse que el mercado se encuentra dominado por dos grandes grupos que presentan unos porcentajes en torno al 26% de todas las ventas en volumen, mientras que en valor sus cuotas son del 24,5% y del 21,3% respectivamente. El tercer operador llega al 12,8% en volumen y el 13,9% en valor, el cuarto ronda el 4,7% y el 11,3% y el quinto se acerca al 5,1% en volumen y el 6,3% en valor. En los últimos tiempos, los principales fabricantes del sector están intentado alargar la edad de consumo de estos alimentos, mientras que otros fabricantes de sectores afines han irrumpido en este mercado de la mano de las marcas de distribución. ○

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Una peculiaridad del mercado de los alimentos infantiles es la importancia que tradicionalmente han tenido las farmacias en la comercialización de estos productos. En los últimos tiempos esta situación ha cambiado de manera radical, debido a la creciente irrupción de la distribución moderna en las ventas de este tipo de ofertas. Actualmente se considera que los hipermercados y supermercados acaparan más del 70% de todas las ventas en volumen de alimentos infantiles y alrededor del 55% en valor. Las farmacias, por su parte, presentan unas cuotas del 27% en volumen y 42% en valor, mientras que el 3% restante en volumen y valor constituye el porcentaje de las parafarmacias.

El líder sectorial en valor mantiene una posición claramente dominante en el canal de las farmacias (aunque no desdeña la distribución organizada), mientras que el segundo operador acapara el mayor porcentaje de ventas en supermercados e hipermercados. Los tarritos se adquieren mayoritariamente en la distribución moderna, mientras que las leches infantiles aparecen como la oferta principal de las farmacias. Las papillas ocupan una posición intermedia, aunque cada vez tienden a ser adquiridas en la distribución moderna. ○





COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de cifras contrastadas sobre el comercio exterior de alimentos infantiles. La hegemonía de grandes compañías multinacionales en el sector hace que muchos movimientos entre distintas plantas de producción de un mismo grupo no aparezcan reflejados en las estadísticas de exportaciones e importaciones. Lo normal es que estas compañías tengan estrategias comerciales que engloban al conjunto de los mercados europeos, a los que abastecen desde algunos puntos estratégicos. A pesar de la escasez de datos fiables, se considera que las importaciones han tendido durante los últimos ejercicios a ser más importantes que las exportaciones, ya que las primeras rondan las 200.000 toneladas anuales, mientras que las segundas se sitúan en torno a las 180.000 toneladas. Todo este comercio exterior se efectúa entre distintos países de la Unión Europea. ○



CONSUMO

La media de consumo de alimentos infantiles en España tiende a situarse en los promedios europeos, después de un largo periodo en el que nuestro país aparecía muy por debajo de la mayoría de los países de nuestro entorno. Los cambios en el mercado laboral, con la incorporación masiva de las mujeres al trabajo han provocado que muchas familias recurran de manera habitual a estos productos. Es todavía pronto para saber si la actual situación de crisis, con el aumento del desempleo, hará que estas demandas vuelvan a disminuir. Según las últimas cifras disponibles, un niño español consume unos 30 litros de leche infantil al año, alrededor de 35 kilos de papilla y unos 43 kilos de tarritos. Las leches infantiles, cuyos precios cayeron el año pasado en un 9,4%, son las que han incrementado de forma más importante sus consumos, mientras que tarritos y papillas tienden a mostrarse estabilizados. La zona sur peninsular, la zona central y el área metropolitana madrileña registran los mayores consumos de alimentos infantiles, mientras que en el extremo opuesto aparecen Galicia y las comunidades del litoral cantábrico. ○

Alimentos para niños

Los niños entre 5 y 9 años en nuestro país son unos 2,3 millones, mientras que otros 2,1 millones tienen entre 10 y 14 años. Se trata de un grupo significativo que presenta unas demandas específicas de consumo que atraen a un gran número de fabricantes. Resulta difícil precisar las ofertas concretas que se dirigen a estos colectivos, aunque no puede dudarse de su importancia. Por una parte, los fabricantes tradicionales de alimentos intentan superar la difícil situación del sector lanzando ofertas para un público de más edad en gamas "junior". Además muchas empresas de otros sectores elaboran ofertas que se dirigen a ese conjunto de pequeños consumidores. Esas ofertas se caracterizan por presentar formatos, colores, sabores, etc., que los hacen atractivos para ese público objetivo. Aunque es complicado ofrecer una cifra contrastada sobre ese mercado, dada la dificultad de diferenciarlo del resto de ofertas, se considera que puede situarse en torno a unos 710 millones de euros anuales y que continúa creciendo en la actualidad.

Las ofertas más clásicas dirigidas al público infantil con las de los sectores de bollería, galletas, productos lácteos, refrescos y, en general, en los productos de desayuno y merienda. Fuera de ese conjunto muy consolidado, en los últimos años han ido apareciendo algunas otras ofertas que parecen tener una cierta importancia, entre las que destacan algunas pastas alimenticias, platos preparados, salchichas, embutidos y otros productos cárnicos. También se han hecho un hueco en los mercados algunos alimentos para prevenir la obesidad infantil, con tasas de crecimiento en sus ventas bastante importantes. Dentro de las ofertas clásicas, las marcas de distribución acaparan porcentajes importantes de ventas, mientras que las nuevas ofertas suelen presentarse bajo la marca propia de algún fabricante. ●



Especias, condimentos y salsas

El mercado español de especias, condimentos y salsas muestra un considerable dinamismo. Dentro de las especias y condimentos es el mercado exterior el que registra incrementos más significativos, mientras que dentro de las salsas el tomate frito y sus derivados continúa siendo la oferta más demandada, aunque las salsas frías son las que muestran unos índices de crecimiento más importantes. Según la Asociación de Fabricantes de Especias y Condimentos el sector habría aumentado sus ventas en un 3% hasta los 265 millones de euros, de los que el 49% correspondería a las ventas en el mercado interior y el restante 51% al comercio exterior. El crecimiento de las ventas en España habría sido de un importante 4,8% y tiene como sus principales productos al pimentón, la pimienta y el azafrán. En la distribución organizada, las ofertas en seco están dominadas por las especias (48,1% del total en volumen y 57,4% en valor). A continuación aparecen las hierbas (25,6% y 18,8% respectivamente), las pimientas (9,5% y 8,8%), los sazonadores (8,7% y 9,2%) y los ajos (8,1% y 5,8%). Dentro de las presentaciones en fresco dominan las hierbas (93,7% en volumen y 92,5%), seguidas por los ajos (6,3% y 7,5%). Por último, en los productos congelados el primer puesto es ocupado también por las hierbas (60,5% y 50,6%), mientras que a continuación aparecen los ajos (39,5% y 49,4%).

En cuanto a las salsas, se comercializaron 249.260 toneladas, por un valor de casi 548,2 millones de euros. Esas cifras muestran incrementos interanuales del 2,6% en volumen y del 4,8% en valor. Todos los años aparecen nuevas presentaciones que pretenden adaptarse a los gustos de los consumidores, ampliando una oferta que poco a poco tiende a asimilarse a las de otros países de nuestro entorno. De todas formas, el tomate frito continúa siendo la presentación líder, con cuotas de mercado del 61% en volumen y del 39,4% en valor. En segundo lugar se coloca la mayonesa (20,8% en volumen y 28,7% en valor), seguida por el ketchup (8,9% y 10,2%). Las salsas frías suponen ya unos porcentajes del 4,3% en volumen y del 11,1% en valor. Otras partidas significativas son las de salsas específicas para cocinar (1,5% y 2,8%), las de pasta (1,4% y 3,3%), la mostaza (1,2% y 2,3%) y los aderezos para ensaladas (0,9% en volumen y 2,2% en valor).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de salsas, especias y condimentos está dominado por unos pocos y grandes grupos filiales de grandes compañías multinacionales. Tradicionalmente las empresas productoras de especias eran de pequeñas dimensiones y con una incidencia muy localizada, pero esa situación ha tendido a cambiar drásticamente. Por lo que hace referencia a las salsas, sus buenas perspectivas de mercado han provocado que empresas de sectores afines tiendan a irrumpir en el sector.

Dentro de las especias, condimentos y sazonadores, dos grandes marcas y la enseña del distribuidor acaparan casi el 84% de todas las ventas en volumen, por lo que queda muy poco espacio para otros operadores. De hecho, las marcas de distribución alcanzan el 64,9% del total en volumen y el 61,7% en valor, mientras que la primera oferta con marca propia se queda en el 10% y el 12,3% y la segunda ronda el 9,6% y el 11,5%. El primer grupo de este sector alcanza unas ventas anuales de 58,7 millones de euros, mientras que el segundo se queda en 49 millones de euros y el tercero ronda los 29 millones de euros. Otros dos operadores presentan facturaciones entre 20 y 21 millones de euros. La última gran novedad han sido los sazonadores "oven", bolsas para hornear con el aderezo incorporado. Este seg-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.425,00
Deoleo, S.A. - Grupo *	960,81
Unilever España, S.A. - Grupo *	667,00
Kraft Foods *	625,00
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) *	430,00
Hero España, S.A. *	211,49
Grupo Helios *	135,00
Heinz Ibérica, S.A. *	130,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	102,30
Bolton Cile España, S.A. *	84,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nutrexpa, S.L.*	391,03
Aceites Borges Pont, S.A. *	300,00
Bolton Cile España, S.A. *	84,00
Jesús Navarro, S.A. *	57,95
Conservas Dani, S.A. *	52,00
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	47,39
Coop. Coato *	44,41
Ramón Sabater, S.A.*	40,00
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA)*	26,50
Pimursa, S.L. *	21,50

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

mento es dominado por las enseñas marquistas ya que la primera oferta presenta cuotas del 66,6% en volumen y del 68,2% en valor, mientras que las marcas de distribución apenas suponen el 19,1% y el 12%.

Por lo que hace referencia al sector de las salsas, las marcas de distribución tienen una importancia variable. Son claves en la presentación más clásica, el tomate frito, con el 40,1% de todas las ventas, pero tienden a perder presencia en el ketchup (8,9%) y en la mayonesa (8,7%) y son poco significativas en las salsas frías (2,2%), las salsas para cocinar (1,1%), la mostaza (0,7%), las salsas para pasta (0,5%) y las salsas para ensaladas (0,3%). La principal empresa de salsas en nuestro país es la filial de una compañía multinacional y presenta un volumen de negocio de 83.300 toneladas anuales, la segunda (una especialista en conservas vegetales) llega a 63.000 toneladas, la tercera ronda las 35.000 toneladas, la cuarta se acerca a las 32.000 toneladas y la quinta supera las 26.500 toneladas. ○



COMERCIO EXTERIOR

Durante el último ejercicio las exportaciones de especias y condimentos crecieron un 11,1% en valor, llegando hasta los 163 millones de euros, mientras que su incremento en volumen habría sido de un más importante 20,4%. Estados Unidos aparece como el principal mercado de destino de las exportaciones españolas de especias y condimentos, con el 16,3% del total, seguido por Reino Unido (10,1%) y Alemania (9,2%). Las importaciones de materia prima resultan muy importantes, ya que determinadas especias no se cultivan en nuestro país. Durante el pasado año, esas importaciones habrían crecido en un 17,2% en volumen, hasta llegar a 58.610 toneladas, mientras que en valor ese incremento fue del 20,1% (167,6 millones de euros). Los principales proveedores de especias para el mercado español son Perú, China e Irán.



En el comercio exterior de las salsas, los productos más exportados son las mayonesas y el ketchup que se dirigen preferentemente hacia otros países europeos. El predominio en ese mercado de grandes grupos multinacionales hace que varias de las plantas instaladas en nuestro país abastezcan a muchos mercados de la Unión Europea. Aunque resulta difícil plantear estimaciones de ese comercio exterior, puede rondar los 180 millones de euros anuales. Las importaciones son menos importantes, en torno a 90 millones de euros, aunque tiende a crecer en las presentaciones más novedosas. La principal partida importada, con todo, es la de la mostaza que proviene mayoritariamente de Francia. ○

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 105,3 millones de kilos de salsas y gastaron 366,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,3 kilos de consumo y 8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,1 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 0,6 kilos per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 42,5%, con un total de 3,4 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 15% y un total de 1,2 euros por persona al año, y la mostaza supone



el 2,5% del gasto total en salsas, con 0,2 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, 40%, con 3,2 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SALSAS	**105,3**	**2,3**	**366,7**	**8,0**
KETCHUP	23,3	0,5	56,3	1,2
MAYONESA	51,7	1,1	155,2	3,4
MAYONESA LIGHT	11,9	0,3	40,3	0,9
MOSTAZA	2,8	0,1	10,1	0,2
OTRAS SALSAS	27,5	0,6	145,1	3,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

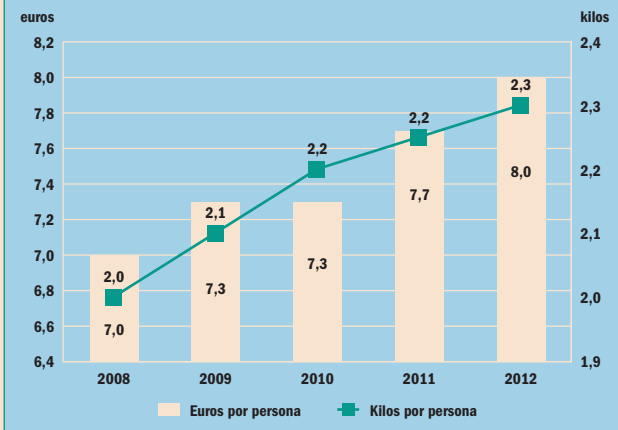
En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 con niños menores de seis años.*
- *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 aquellos en los que habitan cinco o más miembros.*
- *Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, 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 jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas con hijos pequeños y las parejas adultas sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Murcia y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, La Rioja y, sobre todo, Galicia.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1 euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2012 (2,3 kilos y 8 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE SALSAS, 2008-2012

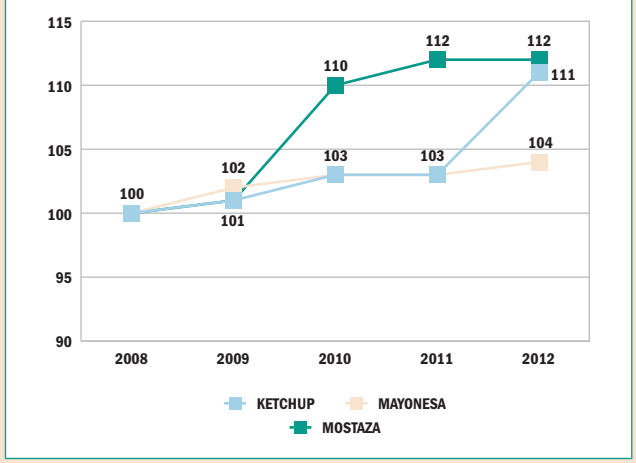




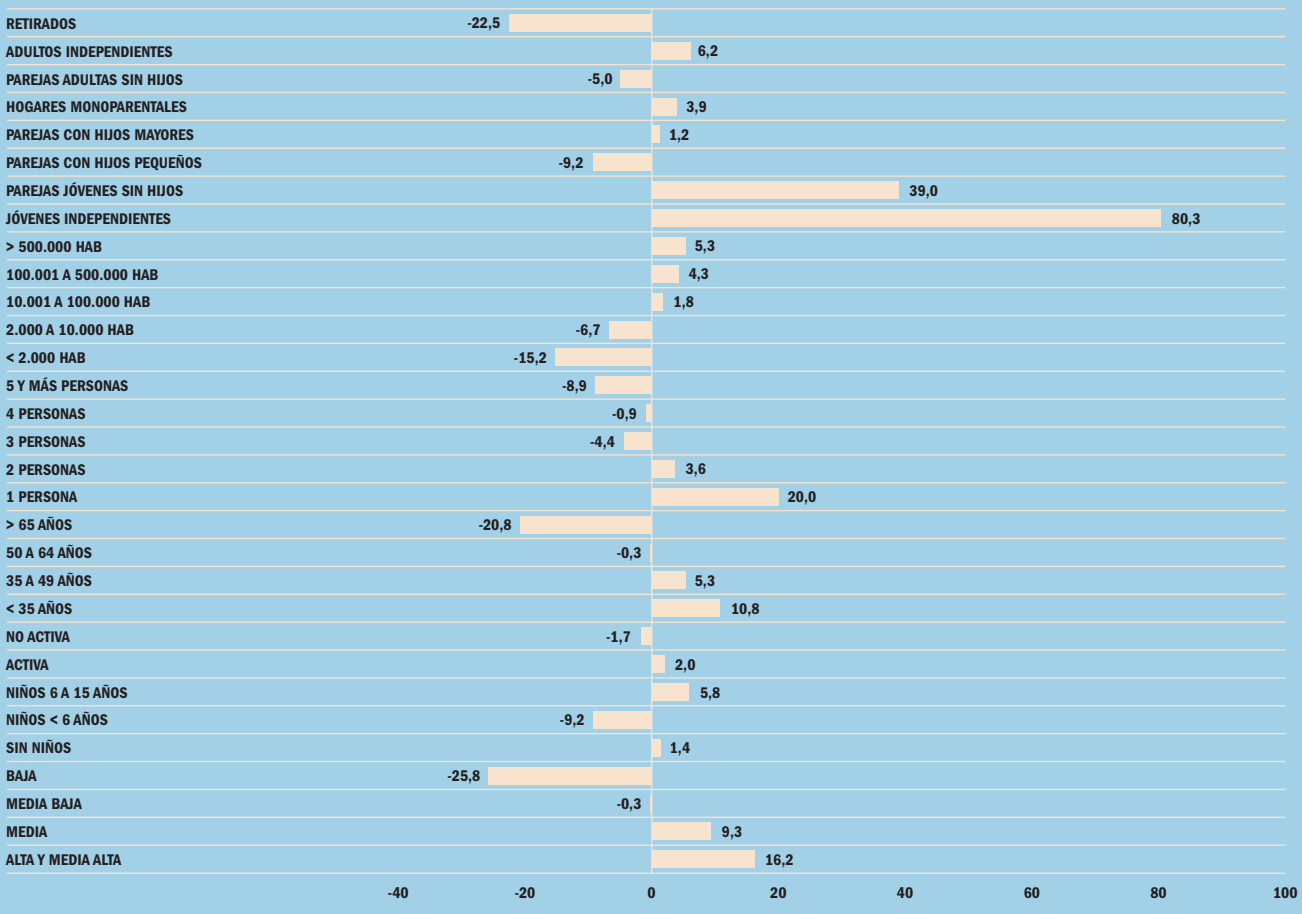


En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido similar para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2008, el consumo de mostaza, kétchup y mayonesa ha aumentado.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE SALSAS (2008=100), 2008-2012

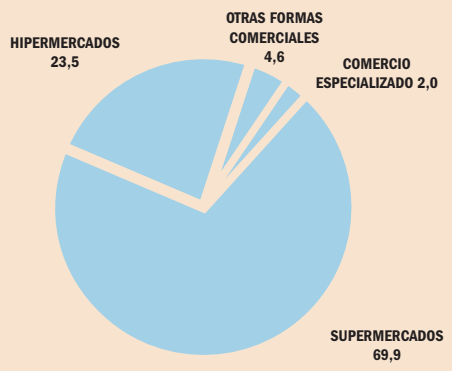


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SALSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 2,3 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (69,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 23,5%. Los establecimientos especializados representan un 2% y las otras formas comerciales el 4,6% restante.

Sal

La producción de sal en España es de unos 4,45 millones de toneladas, de las que el 70% está constituido por sal gema, el 27,9% por sal marina y el restante 2,1% por sal de manantial. La principal comunidad autónoma productora de sal es Cantabria, con el 35% del total. A continuación se sitúan Cataluña (22%), Comunidad Valenciana (16%), Aragón (11%), Andalucía (6,6%), Murcia (4,1%) y Navarra (3,4%).

El número de explotaciones de sal en producción activa o intermitente es de 47. De estas, el 39,5% se dedica a la producción de sal de manantial, el 46% a la de sal marina y el 14,5% restante a la de sal gema. La plantilla total de todas estas industrias es de 680 trabajadores.

Tan sólo el 7% de la sal producida en nuestro país se destina a la industria alimentaria. Otro 49% se dirige hacia la industria química, un 22% se exporta y el 22% restante es destinado a otros usos. Dentro del porcentaje dirigido a la industria alimentaria, el 53% se dirige al consumo humano, el 33% se utiliza en la producción de piensos animales y el 14% aparece como sal en bloques.

En la gran distribución, la sal fina representa el 68% de todas las ventas, mientras que el restante 32% corresponde a la sal gruesa, cuyas ventas han aumentado mucho en los últimos años. También ganan presencia en el mercado, aunque con volúmenes y valor relativos, nuevos tipos y presentaciones de sal, con precios muy superiores a las más comunes.

Los españoles tomamos como promedio 9,8 gramos de sal



al día, lo que supone prácticamente el doble de la cantidad recomendada por la Organización Mundial de la Salud. Las exportaciones españolas de sal se dirigen preferentemente hacia Francia (55,4% del total), Reino Unido (15,1%), Países Bajos (12,4%) y Portugal (3,8%). En el último ejercicio computado llegaron a 1,3 millones de toneladas, mientras que las importaciones se quedaron en 81.330 toneladas.

CONSUMO Y GASTO EN SAL

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 58,3 millones de kilos de sal y gastaron 23,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,3 kilos de consumo y 0,5 euros de gasto.





CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SAL	58,3	1,3	23,4	0,5

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

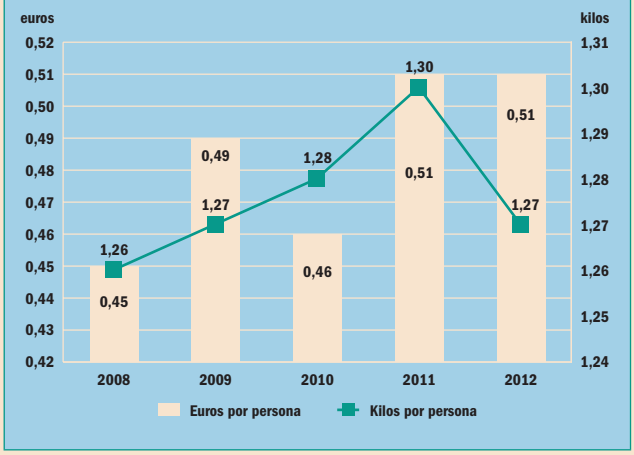
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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 dos personas muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices son más reducidos en los hogares en los que habitan cuatro miembros.*
- *Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes municipios (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, 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, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Murcia, Andalucía y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, País Vasco y Asturias.*

Evolución de la demanda

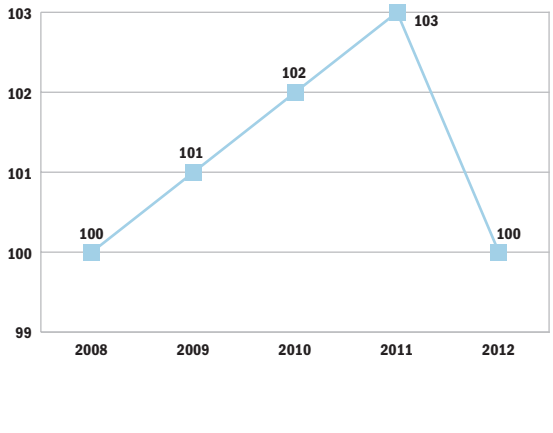
Durante los últimos cinco años, el consumo de sal ha aumentado 0,01 kilos por persona y el gasto ha experimentado un crecimiento de seis céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2011 (1,3 kilos), mientras que el mayor gasto se registró en los años 2011 y 2012 (0,51 euros por consumidor).

En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sal durante el periodo 2008-2012, y respecto a la demanda de 2008, después de un leve incremento en los años 2009, 2010 y 2011, ha descendido en el ejercicio 2012, alcanzando niveles de consumo similares a los de 2008.

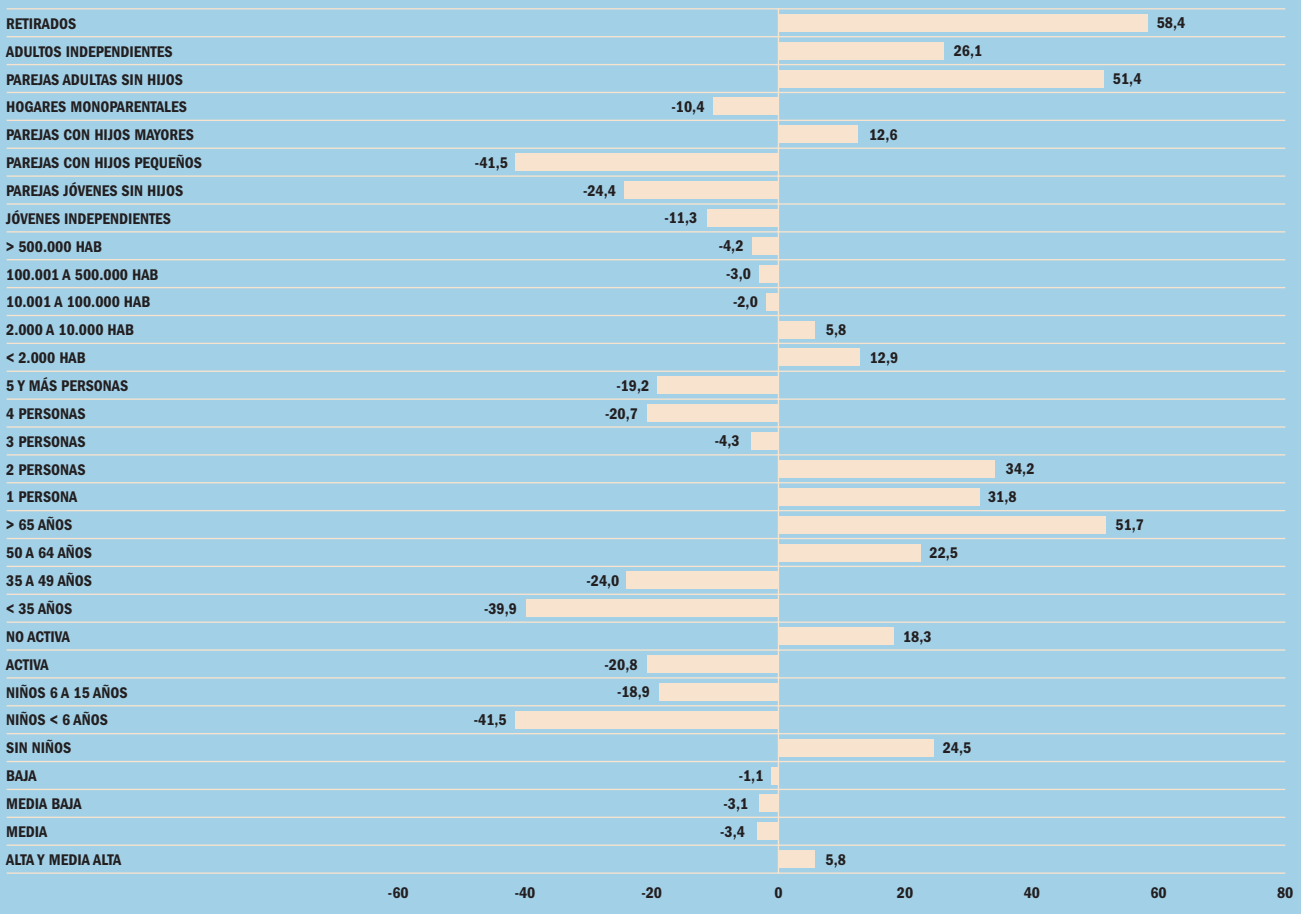
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO DE SAL, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SAL (2008=100), 2008-2012

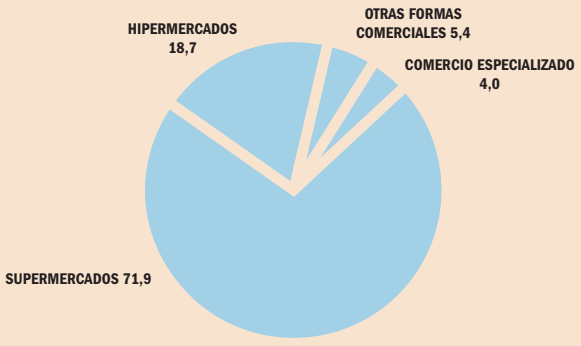


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SAL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012

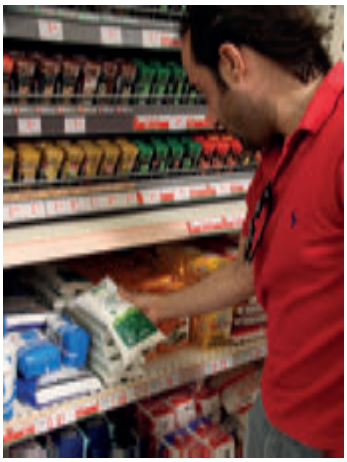


*Media nacional = 1,3 kilos por persona.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (71,9% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 18,7% y los establecimientos especializados llegan al 4%. Las otras formas comerciales suponen el 5,4% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

- COCHINILLA DE LANZAROTE *

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

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 994 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 457 agricultores y 12 empresas cuya producción supera los 2,5 millones de kilos anuales, de los que 1,4 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.

Vinagre

El mercado de vinagres en España registró una reducción de sus ventas en volumen del 2,5%, quedando en 40,85 millones de litros, mientras que su valor aumentó un 3,6%, hasta llegar a 58,63 millones de euros. Esto es así porque cada vez tienen más importancia las presentaciones de mayor calidad y valor añadido, mientras que el resto de los segmentos se encuentran estabilizados o, incluso, tienden a perder demandas.

Los vinagres de vino continúan acaparando la mayoría de las ventas en volumen, con el 74,5% del total, aunque su cuota en valor es de un 27,2%. Las demandas en volumen se redujeron durante el pasado año en un 2,9%, mientras que el valor del producto comercializado creció en un 4,3%. Los vinagres especiales, por su parte, representan el 23,1% de todo el mercado en volumen, pero en valor su participación se dispara hasta el 52,6%. En cualquier caso, el pasado ejercicio no fue favorable para estas presentaciones, ya que perdieron un 3,1% en volumen y un 1% en valor. Por último, las cremas de vinagre constituyen la categoría más dinámica, con incrementos interanuales del 19,2% en volumen y del 16,6% en



valor. Su participación en el mercado de vinagres llega ya al 2,4% en volumen y al 10,2% en valor. Dentro de la categoría de los vinagres, los de vino blanco son los más demandados, con porcentajes del 68,9% en volumen y el 30,4% en valor. A continuación aparecen los vinagres de manzana que representan el 11,9% en volumen y el 11,3% en valor, los vinagres balsámicos (8,3% y 43,6% respectivamente), los de vino tinto (7,4% y 3,7%) y los de vino de Jerez (1,9% y 7,1%).

Entre las cremas de vinagre, las de Módena suponen e 84,7% de todas las ventas en volumen y el 81,6% en valor. Les siguen en importancia las aromatizas, con cuotas respectivas del 8,9% y 10,6%, las de Pedro Ximénez (4,2% y 5,3%), las de Jerez (2,1% y 2,2%) y las de Moscatel (0,2% y 0,4%). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de empresas productoras y comercializadoras de vinagre en nuestro país presenta un significativo grado de atomización, ya que está compuesto por un gran número de pequeños y medianos operadores y, a pesar de estar registrando algunos movimientos de concentración, las cuotas de los líderes sectoriales son todavía reducidas. Así, el principal fabricante tiene unas cuotas del 8% en volumen y del 5,5% en valor, mientras que el segundo apenas representa el 2,5% en volumen y el 2,2% en valor. Las marcas de distribución resultan completamente hegemónicas en este mercado, acaparando el 79,3% de todas las ventas en volumen y el 49,9% en valor. Esa importancia de las marcas blancas ha llegado también a los vinagres balsámicos, donde representan el 42% del total en volumen y el 35% en valor, mientras que la oferta marquista más importante se queda en el 18,4% y el 22,4%.

Hay que recordar que la media de producción de las empresas alemanas es tres veces superior a la española y en Francia, donde casi se produce el doble que en nuestro país se encuentran en actividad 17 empresas, mientras que en Países Bajos y Dinamarca hay un único fabricante. En España, por su parte, hay alrededor de 40 empresas dedicadas a la elaboración y venta de vinagres. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nutrexpa, S.L.*	391,03
Aceites Borges Pont, S.A. *	300,00
Bolton Cile España, S.A. *	84,00
Jesús Navarro, S.A. *	57,95
Conservas Dani, S.A. *	52,00
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	47,39
Coop. Coato *	44,41
Ramón Sabater, S.A.*	40,00
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA)*	26,50
Pimursa, S.L. *	21,50

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de vinagres españoles son un recurso clave para mantener las cifras de producción del sector, ya que la demanda interior es incapaz de absorber la totalidad de la oferta producida. Durante el pasado ejercicio se exportaron 34 millones de litros de vinagre, por un valor que ronda los 25 millones de euros. Estas cifras representan incrementos interanuales del 18% en volumen y del 14% en valor. De esas exportaciones, el 87% estaba compuesto por vinagres de vino. También aumentaron significativamente las exportaciones de vinagre envasado, el de mayor valor añadido, llegando a 11 millones de litros (9 en el año anterior), por un valor de 11,7 millones de euros (10,5 millones de euros en 2011). Francia es el principal destino del vinagre español, con cerca de 7 millones de litros. A continuación aparecen Reino Unido (6,6 millones de litros), Estados Unidos (4,6 millones de litros), Italia (4,2 millones de litros) y Alemania (3 millones de litros). Otros clientes importantes son Rusia (912.000 litros) y Marruecos (623.000 litros).

Las importaciones, por su parte, superan los 11 millones de litros, con un valor de 10,5 millones de euros. Nuestro principal proveedor es Italia, con el 48,7% del total en volumen y el 63,5% en valor. La principal partida importada es la formada por los vinagres balsámicos de Módena, que tienen mucha demanda en nuestro país. A mucha distancia se sitúan las importaciones de los vinagres de manzana.





CONSUMO

La media de consumo de vinagre en España se sitúa alrededor de 1,5 litros por persona y año, lo que constituye una cifra claramente por debajo de las registradas en otros países de nuestro entorno. La primera posición europea es la de Bélgica, con 2,7 litros per cápita. A continuación se sitúan Alemania (2,2 litros por persona y año), Francia (1,9 litros) y Países Bajos, con cifras similares a las españolas. Por debajo de nuestro país aparecen Polonia (1,2 litros), Portugal (0,8 litros) y Finlandia (0,6 litros). La principal novedad en el consumo de vinagres en España es la progresiva importancia de las presentaciones de mayor valor añadido, en particular de las cremas de vinagre, mientras que los vinagres más comunes tienden a perder importancia de año en año.



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
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 8.000 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 50 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 4 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

Café

El mercado del café en España se redujo en un 2,6% durante el último ejercicio computado, quedando en 188.940 toneladas. De esta manera, se mantiene la tendencia a la baja que se inició en 2008 cuando el consumo nacional ascendió hasta 209.100 toneladas. Las variedades robustas copan el 63% de todas las ofertas, aunque buena parte de estas se concentran en el café soluble, mientras que el restante 37% corresponde a las variedades arábicas. Los cafés tostados acaparan el 81% de todo este mercado, mientras que el restante 19% corresponde a los cafés solubles.

Los cafés mezcla constituyen la partida más común en el mercado español (48% en el canal de hostelería y 40,7% en alimentación, frente a porcentajes de 38,5% y 39% respectivamente de los cafés naturales. La tendencia de los últimos años registra un incremento de las ventas de los cafés mezcla, debido fundamentalmente a sus precios más baratos. En tercer lugar aparecen los cafés torrefactos, con cuotas en torno al 1,5% tanto en alimentación como en hostelería. Los cafés molidos suponen el 59% del volumen total de cafés comercializados en nuestro país. El segmento más dinámico del mercado español del café durante los últimos años es el formado por las cápsulas monodosis. Se están registrando incrementos interanuales de más del 100% y, de momento, no se identifican límites a esa tendencia.



La producción mundial de café para la campaña 2011/2012 se estima en 135 millones de sacos de 60 kilos, lo que supone un 2,1% menos que en el año anterior. La causa principal de esa reducción es que Brasil ha entrado en un ciclo bienal bajo de producción de café arábica. Sudamérica es la principal región productora de café del mundo, con el 46,8% del total. A continuación aparecen Asia y Oceanía (26,8%), México y Centroamérica (14,4%) y África (12%). ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado internacional del café se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos multinacionales. La Organización Internacional del Café es una organización intergubernamental que agrupa a 45 países exportadores y 32 importadores, entre los que se encuentra España. La base productiva se encuentra muy atomizada, ya que normalmente el café es producido por pequeños y medianos agricultores. Los principales países productores de café son Brasil, Vietnam, Indonesia, Colombia, Etiopia, India y México.

En el mercado español son los grandes grupos dominantes en el sector internacional del café los que ocupan los lugares hegemónicos. La primera empresa tiene un volumen de negocio de 33.000 toneladas, mientras que la segunda llega hasta las 18.000 toneladas, la tercera ronda las 16.500 toneladas, la cuarta alcanza las 11.500 toneladas y la quinta supera las 8.300 toneladas. Por lo que hace referencia a las empresas importadoras de café verde, la más importante ronda las 70.700 toneladas, con un volumen de negocio de 180 millones de euros. El segundo operador se queda en unas 30.000 toneladas y 20 millones de euros y el tercero se sitúa en 25.000 toneladas y 40 millones de euros. Las marcas blancas han adquirido una gran importancia en el mercado del café, ya que suponen el 50% de todas las ventas en volumen del café molido y alrededor del 38% en valor. En el caso del café descafeinado esos porcentajes llegan hasta el 54% y el 36,5%. Dentro del café soluble, las marcas blancas representan el 39% en volumen y el 23% en valor. Únicamente en las cápsulas monodosis se mantiene el dominio de las enseñas de fabricantes, ya que estas acaparan el 89% de todas las ventas en volumen y el 95% en valor. ○

COMERCIO EXTERIOR

España importa todo el café que consumimos, ya que no hay producción interna. Las importaciones de café verde se redujeron en el último ejercicio computado en un 4,6%, quedando en cerca de 255.050 toneladas. Nuestro país aparece como el tercer importador europeo de café verde, por detrás tan sólo de Alemania e Italia. Vietnam aparece como el principal proveedor de café para el mercado español, con el 33,7% del total. A continuación aparecen Brasil (20,3%), Alemania (9,2%), Uganda (7%), India (5,7%), Colombia (5,4%), Costa de Marfil (3,5%), Países Bajos (2,2%), Honduras (2%) y Nicaragua (1,2%). A pesar de que Vietnam continúa ocupando el primer puesto como proveedor de café para España, durante el último ejercicio computado se redujeron en un 9,3% sus exportaciones hacia nuestro país. Esos porcentajes fueron acaparados fundamentalmente por India y Uganda. Atendiendo a los países proveedores se entiende que la mayoría del café consumido en nuestro país es de variedades robustos (63,1% del total), mientras que las arábicas representan el restante 36,9%. Entre estas, las más importantes son la de Brasil (21,3% del total), seguidas por otros suaves (9,2%) y Colombia (6,3%).

Dentro de las exportaciones españolas de café, la partida más importante es la del café soluble, mientras que se han reducido las ventas en el exterior del café sin procesar y del café tostado. Se exportaron alrededor de 29.800 toneladas de café soluble, 28.400 toneladas de café verde y 6.100 toneladas de café tostado, por lo que únicamente el saldo del comercio exterior es favorable en el caso del café soluble. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ E INFUSIONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.425,00
Kraft Foods *	625,00
Nespresso España	270,00
Iniciativas Comerciales Navarras, S.A.	181,50
Sara Lee Southern Europe, S.L.	160,00
Productos del Café, S.A.	101,50
José Sánchez Peñate, S.A. (JSP) *	73,00
Cafento	70,00
Unión Tostadora, S.A.	63,80
Emicela, S.A. *	60,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

Infusiones

Aunque es difícil proporcionar cifras contrastadas, todas las estimaciones indican que el sector de infusiones continúa mostrando un comportamiento dinámico y sus cifras de negocio tiende a crecer en torno a un 9% anual, situándose por encima de los 230 millones de euros. Todos los productos han registrado incrementos durante el último ejercicio. Incluso la presentación más tradicional, el té natural, creció alrededor de un 1%, mientras que la manzanilla lo hizo en un 3,4%, la tila en un 2,6% y el poleo menta en un 1,6%. Las variedades naturales de té acaparan el 69% en volumen de todas las ventas de esta infusión y el 75,8% en valor. Las presentaciones de te aromatizadas suponen los restantes 31% y 24,2%, aunque son los que han registrado unos mayores incrementos en valor (+20%). La variedad más consumida es la de té negro (60% del total), seguida por el verde (20%). Entre las otras infusiones, es la manzanilla la más demandada, con el 29,2% del total en volumen y el 27,6% en valor. A continuación aparecen el poleo-menta (12,6% en volumen y 9,5% en valor) y la tila (10,6% y 9,7%). Las infusiones funcionales constituyen el segmento que está registrando unas mayores tasas de crecimiento en sus demandas, lo que ha provocado que las principales novedades se concentren en ese segmento. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de infusiones está controlado por unos pocos y grandes grupos que en la mayoría de las ocasiones son filiales de enormes compañías multinacionales que controlan el sector en la mayoría de los eslabones de la cadena alimentaria. Junto a esas grandes empresas, existen algunos operadores de tamaño mediano, especializados en algunos productos concretos. La principal empresa del sector en nuestro país presenta cifras de negocio en torno a las 900 toneladas comercializadas anualmente, con una facturación de 26 millones de euros, mientras que el segundo operador llega hasta las 800 toneladas y los 24 millones de euros. Las marcas blancas han adquirido una gran importancia en este mercado y los dos siguientes fabricantes se dedican a ese tipo de ofertas. Sus volúmenes de producción llegan hasta las 2.800 y 2.000 toneladas, con facturación de 20,5 y 15,2 millones de euros. Las marcas de distribución suponen el 35% del total de ventas en la distribución organizada, mientras que la primera oferta con marca de fabricante tiene una cuota del 30% y la segunda se sitúa en torno al 17%.



COMERCIO EXTERIOR

España importa todo el té que se consume en nuestro país, ya que no hay producción interna. Desde hace mucho tiempo los principales proveedores de té para el mercado español son China e India. Estos países son, a su vez, los más grandes productores mundiales de té, con cuotas respectivas del 24% y del 28%. Muy por debajo de éstos aparecen Sri Lanka (9%) y Kenia (9%). Como tercer proveedor de té para nuestro país se sitúa Alemania. Dentro de otras infusiones nuestros principales proveedores son algunos países de Europa del Este seguidos por Reino Unido y Países Bajos. La yerba mate, cuyo consumo ha aumentado notablemente en nuestro país, proviene de forma mayoritaria de Argentina.

Las exportaciones españolas de infusiones no son muy importantes y sólo presentan algunas cifras significativas en el caso de la manzanilla, gracias a que la importante producción nacional permite abastecer las demandas internas y venderse fuera de nuestras fronteras.



CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron cerca de 80,5 millones de kilos de café e infusiones y gastaron unos 1.061,17 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,75 kilos de consumo y 23,03 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café mezcla y al café natural (0,53 kilos por persona y año), seguido del café descafeinado (0,25 kilos per cápita), y del café soluble (0,24 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 32,5% del gasto, con un total de 7,48 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 22% y un total de 5,07 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 14,6% y 3,36 euros por persona. Por su parte, las infusiones alcanzan el 15,4% del total del gasto en este tipo de productos, con 3,55 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
CAFÉS E INFUSIONES	80,50	1,75	1.061,17	23,03
CAFÉ TORREFACTO	0,81	0,02	5,58	0,12
CAFÉ NATURAL	24,21	0,53	344,82	7,48
CAFÉ MEZCLA	24,44	0,53	154,90	3,36
CAFÉ DESCAFEINADO	11,59	0,25	135,39	2,94
CAFÉ SOLUBLE	11,13	0,24	233,68	5,07
SUCEDÁNEOS DE CAFÉ	2,24	0,05	23,21	0,50
INFUSIONES	6,09	0,13	163,59	3,55
INFUSIONES ENVASADAS	5,75	0,12	157,34	3,42
INFUSIONES GRANEL	0,34	0,01	6,24	0,14
TÉ	1,76	0,04	54,11	1,17
MANZANILLA	0,60	0,01	15,34	0,33
POLEO	0,36	0,01	6,98	0,15
OTRAS INFUSIONES	3,37	0,07	87,15	1,89





DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de café e infusiones durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

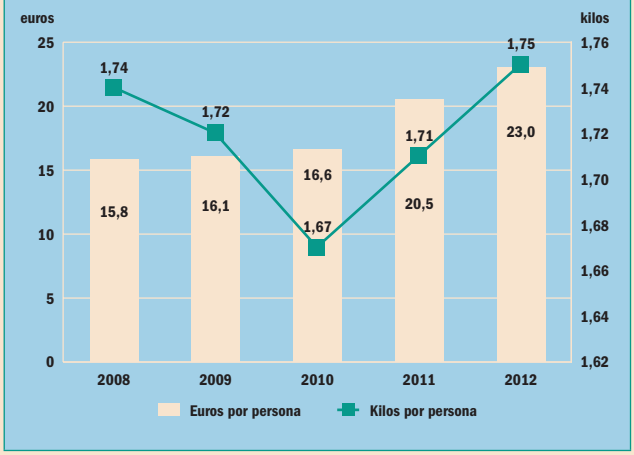
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de café e infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores 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 núcleos 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 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, parejas adultas sin hijos y retirados, 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, Canarias, Asturias y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Navarra y Castilla-La Mancha.*

Evolución de la demanda

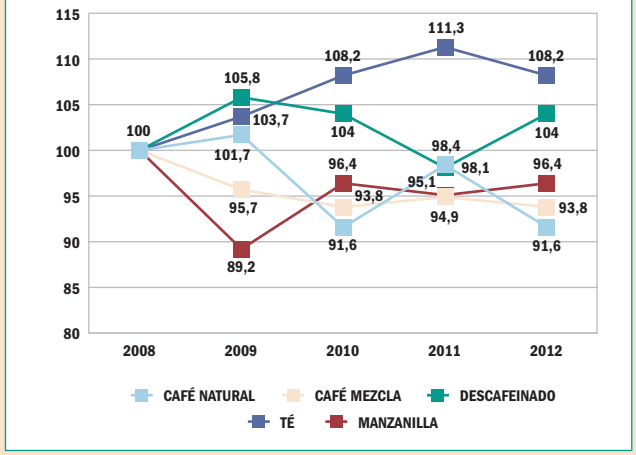
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones ha aumentado 0,01 kilos por persona y el gasto ha experimentado un crecimiento de 7,2 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado se produjo en el año 2012 (1,75 kilos y 23 euros por consumidor).

En la familia de café e infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de te y café descafeinado aumenta y, por el contrario, en manzanilla, café mezcla y café natural se produce un descenso.

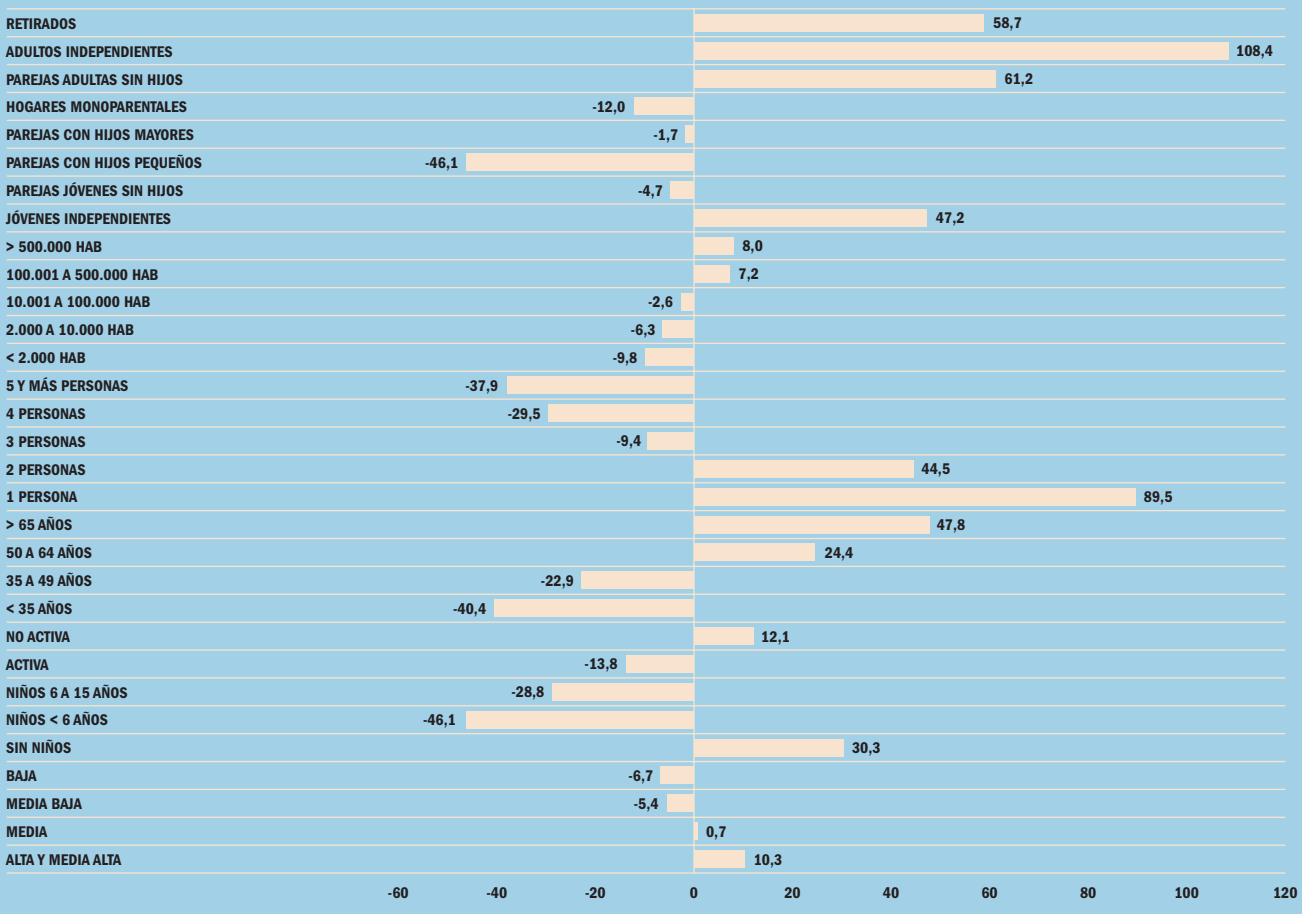
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CAFÉ E INFUSIONES (2008=100), 2008-2012

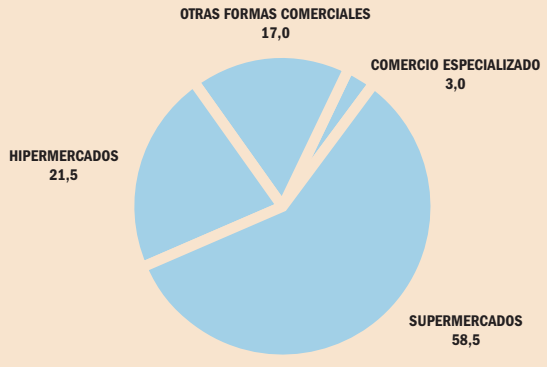


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CAFÉ E INFUSIONES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 1,7 kilos por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ E INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café e infusiones a los supermercados (58,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 21,5% y los establecimientos especializados llegan al 3%. Otras formas comerciales alcanzan el 17% restante.

Cerveza



La producción de cerveza en España durante 2012 se situó en unos 33 millones de hectolitros, con una reducción interanual del 2%. España aparece como el cuarto productor europeo de cerveza, por detrás de Alemania, Reino Unido y Polonia. A nivel mundial, China es la principal potencia cervecera, con casi 489,9 millones de hectolitros, seguida por Estados Unidos (225,4 millones), Brasil (133 millones) y Rusia (98,2 millones). A continuación aparecen Alemania (95,5 millones de hectolitros), México (81,5 millones), Japón (56 millones), Reino Unido (45,7 millones), Polonia (37,8 millones) y España. La facturación total del sector cervecero español llegó hasta los 3.000 millones de euros, lo que supone una reducción del 6,6% con respecto a los datos del año precedente. En términos de valor añadido, la cerveza aporta a nuestra economía unos 5.900 millones de euros y su valor en el mercado alcanza los 12.600 millones de euros, cifra que supone un 1,2% del PIB. El mercado español de cerveza en el año pasado rondó los 33,2 millones de hectolitros, con un descenso interanual del 2%, a pesar de que se trató de un año con Eurocopa de fútbol, un verano seco y prolongado y con una cifra récord de 77,7 millones de turistas extranjeros. Por el contrario, el último trimestre fue meteorológicamente poco propicio al consumo de cerveza. Las cervezas sin alcohol suponen el 9,2% del total comercializado. Atendiendo a los tipos de envases, la mayor parte de la cerveza vendida en nuestro país se hizo en botella (43%), seguida por la lata (30%) y el barril (27%). Alrededor de 14 millones de hectolitros se comercializa en envases de vidrio, lo que tiene una alta tasa de retorno, ya sea por reutilización o reciclaje.

La producción de malta fue de algo más de 463.940 toneladas, un 1% más que en el ejercicio precedente. La cebada con la que se obtiene la malta cervecera se cultiva en unas 320.000 hectáreas. La facturación del sector maltero alcanzó los 195 millones de euros, con una inversión de 4 millones. Por su parte, la producción de lúpulo se colocó por encima de las 1.030 toneladas de flor, un 9% más que en el año anterior. La superficie cultivada creció en un 2%, lo que hace que en los últimos cuatro años se haya registrado un incremento del 16%. La producción de lúpulo española es la sexta de toda la Unión Europea y aparece entre las diez más importantes del mundo. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de cerveza en España está controlado por unos pocos y grandes grupos, de los que la mayoría forma parte de compañías multinacionales. Los seis grupos que se encuentran agrupados en la Asociación de Cerveceros de España poseen 18 plantas de producción y controlan la práctica totalidad del mercado nacional, con una oferta conjunta de más de 120 marcas diferentes de cerveza. El grupo líder registra una producción de 12,27 millones de hectolitros, mientras que el segundo llega hasta los 9,8 millones, el tercero ronda los 8,24 millones, el cuarto se sitúa en 1,23 millones, el quinto se acerca a los 850.000 hectolitros y el sexto alcanza los 592.000 hectolitros. Estas cifras dejan al resto de los productores de cerveza una cifra total de apenas 35.000 hectolitros. Durante los últimos tiempos se han creado alrededor de 114 micro-cervecerías que tienen una incidencia local, a menudo vinculadas a algunos establecimientos de restauración y hostelería. Aparte se encuentran en actividad 7 malterías radicadas en Navarra, Lleida, Zaragoza, Madrid, Albacete, Murcia y Sevilla. La producción de lúpulo, por su parte, se concentra en Castilla y León. El sector cervecero genera entre empleos directos e indirectos unos 221.130 puestos de trabajo. La mayor parte se encuentra situado en el canal hostelero, con cerca de 185.400 empleos. Otros 20.700 puestos de trabajo indirectos corresponden a los sectores abastecedores, de los que el 12% pertenece al sector agrícola. ○

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de cerveza crecieron un 25% durante 2012, superando los 1,2 millones de hectolitros. Desde 2009 el incremento de las ventas de cerveza fuera de nuestras fronteras ha sido del 81%. La cerveza española se exporta a más de 80 países, pero sus principales mercados de destino fueron Guinea Ecuatorial (45,4 millones de litros), Portugal (12,2 millones), Australia (105 millones), Italia (8,8 millones), Francia (8,1 millones), Reino Unido (7 millones), Andorra (5 millones), Argelia (3,8 millones), Suecia (2,4 millones), Alemania (2 millones) y Estados Unidos (1,8 millones). Dentro de las exportaciones del sector, hay que tener en cuenta que alrededor de un 5% de la malta producida en nuestro país se vende en el exterior. Las importaciones son, sin embargo, mucho más importantes y llegan hasta los 3,2 millones de hectolitros, con un incremento interanual del 24%, después de que en el ejercicio precedente hubiera un descenso del 4,4%. Los principales proveedores de cerveza para el mercado español son Francia (136 millones de litros), Países Bajos (78 millones), Alemania (67,5 millones), México (16,2 millones), Bélgica (6,9 millones), Reino Unido (5,7 millones), Portugal (5,6 millones), Irlanda (3,6 millones), Dinamarca (2,1 millones), República Checa (1,6 millones) y Rumania (1,4 millones). ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CERVEZAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Mahou-San Miguel	1.196,00
Heineken España, S.A.	921,40
S.A. Damm - Grupo	806,07
Hijos de Rivera, S.A.	190,73
Compañía Cervecera de Canarias, S.A. (CCC)	127,92
La Zaragozana, S.A.	63,60
Insular Canarias de Bebidas, S.A.	38,70
Cervezas Universales, S.A.**	37,88
Gmodelo Europa, S.A.	33,00
Inbev Spain, S.L.	30,00

*** Empresa actualmente inactiva.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 812,9 millones de litros de cerveza y gastaron 945,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 17,6 litros de consumo y 20,5 euros de gasto.
El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (14,3 litros por persona y año), mientras que la cerveza sin alcohol alcanza 3,3 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 81% del gasto, con un total de 16,6 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 19% del gasto con 3,9 litros por persona.



CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CERVEZAS	**812,9**	**17,6**	**945,7**	**20,5**
CERVEZA CON ALCOHOL	659,5	14,3	765,8	16,6
CERVEZA SIN ALCOHOL	153,4	3,3	179,9	3,9

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

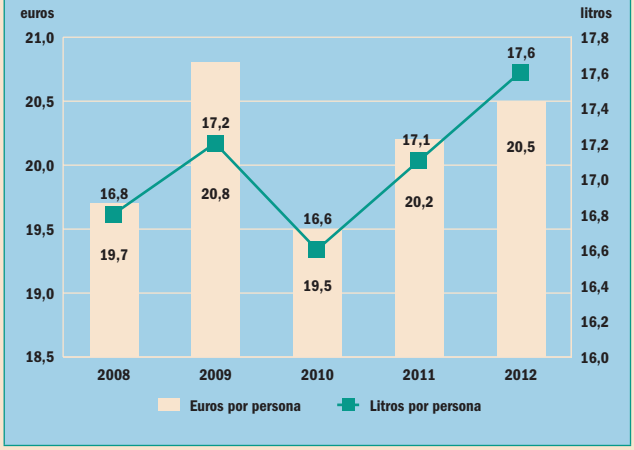
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de cerveza, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de 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, parejas jóvenes sin hijos, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Murcia, Andalucía y Extremadura cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Asturias y Cantabria.*

Evolución de la demanda

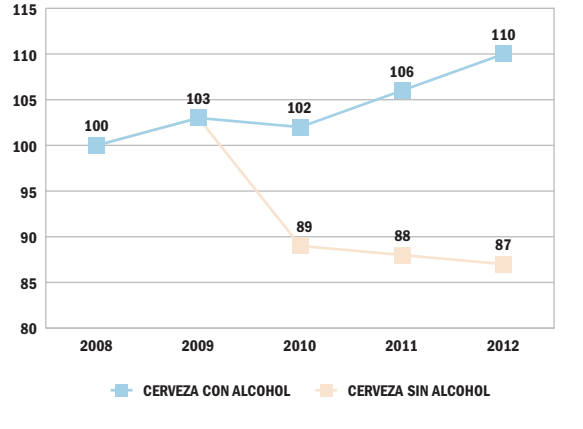
Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha aumentado 0,8 litros por persona y el gasto ha experimentado un crecimiento de 80 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2012, con 17,6 litros por consumidor, mientras que el mayor gasto se registró en 2009, con 20,8 euros.

En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de cerveza con alcohol aumenta y, por el contrario, en cerveza sin alcohol se produce un descenso.

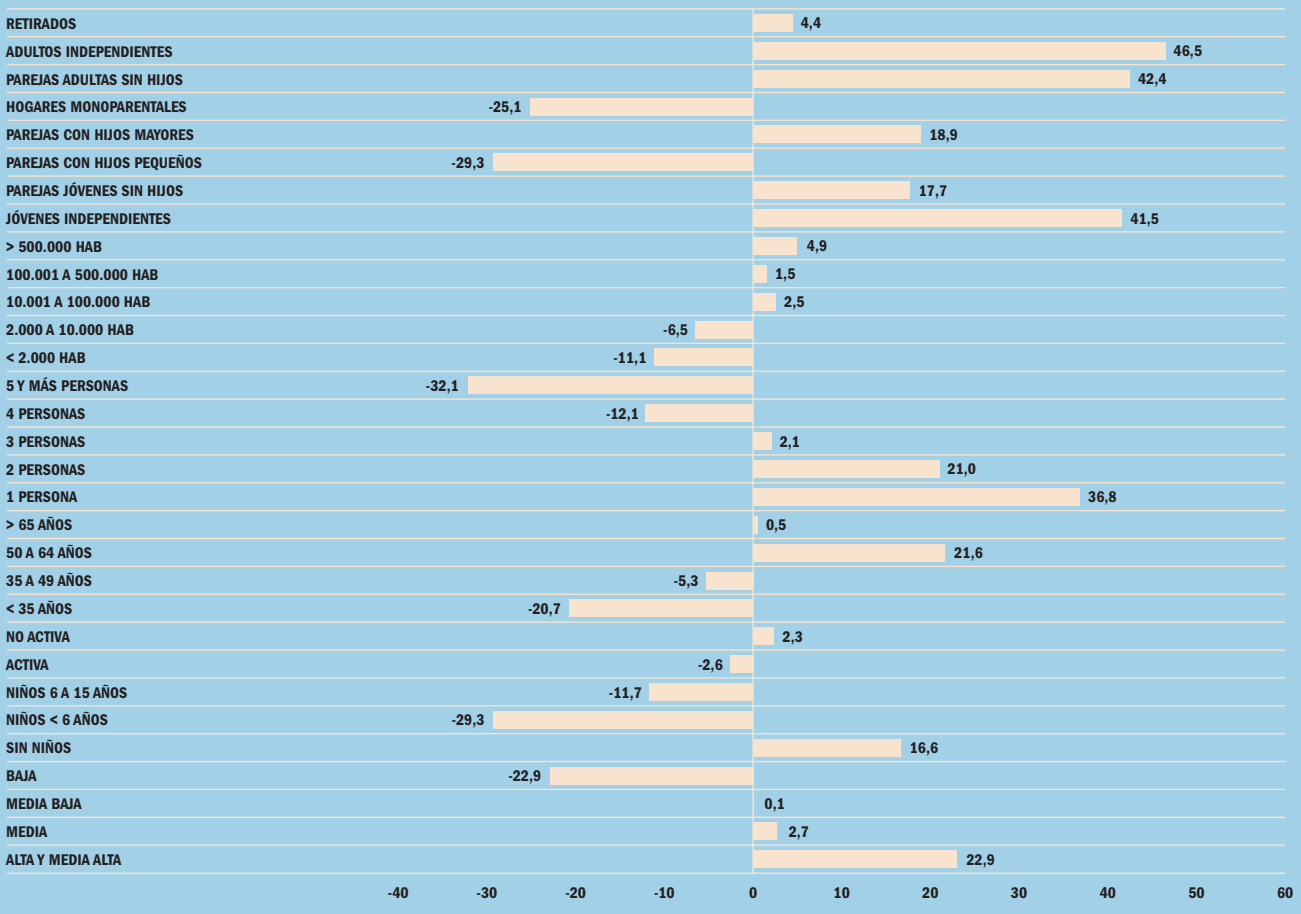
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CERVEZA, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CERVEZA (2008=100), 2008-2012

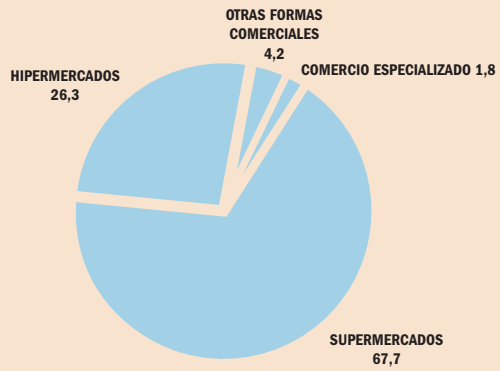


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CERVEZAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 17,6 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (67,7% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 26,3%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4,2%, mientras que los establecimientos especializados representan el 1,8% restante.

Aguas envasadas

Durante 2012 la producción de aguas envasadas en España fue de unos 5.000 millones de litros, con una ligera reducción interanual del 0,6%, pero manteniendo una tendencia hacia la reducción de las demandas. Hay que recordar que en 2003 la producción llegaba a los 5.100 millones de litros y alcanzó su máximo en 2006, con 5.765 millones de litros. Desde ese momento, cada año se ha venido registrando un descenso en los niveles de producción. Alrededor del 95,7% del agua envasada en España es mineral (aguas subterráneas que no necesitan tratamientos de desinfección ni filtrado para su consumo), mientras que el 2,4% está compuesto por agua de manantial y el 1,9% restante por aguas potables preparadas. Las aguas sin gas son las más demandadas en España, con el 96% del total, mientras que las aguas con gas suponen el restante 4%.

Las principales innovaciones en las ofertas se han concentrado en estos últimos años en las aguas con sabores y en las aguas funcionales. En ambos casos, las cifras de ventas son todavía muy poco significativas y no está claro su potencial de crecimiento. Las aguas minerales carbónicas y la presentación de aguas tónicas constituyen las novedades más recientes del sector. Dentro de la Unión Europea, el principal productor de aguas envasadas es Alemania, con 13.000 millones de litros. A continuación se sitúan Italia (11.300 millones), Francia (8.500 millones) y España.

La industria española de agua envasada necesita anualmente alrededor de 4.300 millones de envases. Las botellas de hasta 2 litros constituyen la presentación más popular, ya que representan el 72% del volumen total de agua envasada. Las de 1,5 litros son las más demandadas, ya que su porcentaje de ventas llega hasta el 44,2% del total en volumen y el 37,4% del de unidades envasadas. El material básico con el que se elaboran estos envases es el plástico PET, con el 87,5% del total, seguido a mucha distancia por el vidrio (6,8%) y el polietileno (4,4%). Alrededor del 70% de todos los envases utilizados por las industrias de agua se reciclan. Algunos de los principales operadores del sector han comenzado a presentar en el mercado envases en los que incorporan PET reciclado y han diseñado envases comprimibles que ocupan menos espacio en los contenedores amarillos. El sector cuenta con los envases más ligeros del mercado, en torno a 27 gramos de peso medio por envase.







ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay alrededor de 100 empresas productoras y comercializadoras de aguas envasadas, con una plantilla conjunta ligeramente por debajo de los 4.500 trabajadores. La reducción de las demandas está provocando una difícil situación en algunos grupos que efectuaron grandes inversiones en los momentos de auge y que ahora deben amortizar sus inversiones.

Las marcas blancas tienen una gran importancia en este mercado y representan ya el 43,1% de todas las ventas en volumen y el 29,6% en valor en el caso de las aguas sin gas. La primera oferta con marca propia presenta porcentajes del 11% en volumen y del 17,2% en valor, mientras que la segunda llega hasta el 7% y el 10,6% respectivamente y la tercera ronda el 6,7% y el 8,1%. Entre las aguas con gas, las marcas de distribución se sitúan también en el primer lugar, con unas cuotas del 44,1% en volumen y del 20,8% en valor. Por su parte, la primera oferta con marca propia llega hasta el 18,9% en volumen mientras que en valor se dispara hasta el 41%. La segunda enseña de productor presenta unos porcentajes del 13,8% y del 14,5% y la tercera se queda en el 10,8% y el 5,2% respectivamente. La principal envasadora de agua en nuestro país registra unos volúmenes de producción de 700 millones de litros y una facturación de 208 millones de euros, mientras que la segunda llega a los 552 millones de litros y los 69 millones de euros y la tercera se queda en los 455 millones de litros y los 77,5 millones de euros. La inversión publicitaria del sector de aguas envasadas llegó durante 2012 hasta los 10,5 millones de euros. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AGUAS ENVASADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Aguas Font Vella y Lanjarón, S.A.	218,00
Grupo Leche Pascual, S.A. (División Bebidas) *	180,00
Grupo Vichy Catalán	110,00
Nestlé Waters España, S.A.	70,00
Agua Mineral San Benedetto, S.A.*	65,50
Aguas de Solán de Cabras, S.A.	60,00
Aguas de Fuensanta, S.A.	32,70
Viva Aqua Service Spain, S.A.	30,00
Aguas Minerales de Firgas, S.A.	28,00
Aguas de Teror, S.A.	20,57

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



COMERCIO EXTERIOR

Según datos del ICEX, las exportaciones españolas de aguas envasadas llegaron durante 2012 hasta los 41,6 millones de litros, lo que apenas supone el 0,8% de la producción total del sector. El valor de ese comercio exterior llega a los 10 millones de euros. Atendiendo al volumen exportado, se trata de la cifra más baja de los últimos cinco años, desde los 94,4 millones de litros de 2008. El valor general de ese comercio ha tendido, no obstante, a mantenerse más estable, ya que su cifra más elevada se alcanzó en el mismo 2008, con algo más de 12 millones de euros. La escasa importancia de las exportaciones españolas de agua envasada contrasta con la situación de otros países como Bélgica o Irlanda, orientados claramente hacia los mercados exteriores (en torno al 40% de toda su producción). Las importaciones tampoco son importantes y parecen reducirse a algunas aguas de calidad, especialmente francesas, que resultan conocidas en todo el mundo. ○

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 2.376,5 millones de litros de aguas envasadas y gastaron 494,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 51,6 litros de consumo y 10,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al agua envasada sin gas (50,1 litros por persona y año), mientras que el agua envasada con gas alcanza tan sólo 1,5 litros per cápita al año. En términos de gasto, el agua envasada sin gas concentra el 92,5%, con un total de 9,9 euros por persona, mientras que el agua envasada con gas presenta un porcentaje del 7,5% y un total de 80 céntimos de euro por persona al año.



CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL AGUA ENVASADA	**2.376,5**	**51,6**	**494,6**	**10,7**
AGUA CON GAS	70,9	1,5	37,0	0,8
AGUA SIN GAS	2.305,6	50,1	457,6	9,9

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

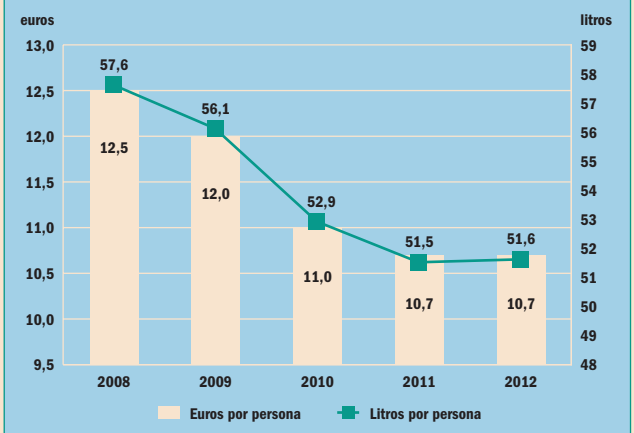
En términos per cápita, el consumo de agua envasada durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *Los hogares de clase alta y media alta presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de agua envasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de 6 a 15 años.*
- *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 entre 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de agua envasada, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (más de 500.000 habitantes).*
- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas sin hijos, independientemente de su edad, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, de forma independiente a la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Canarias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Madrid y País Vasco.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de agua envasada ha caído 6 litros por persona y el gasto ha descendido 1,8 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo y el gasto más elevado tuvo lugar en el año 2008 (57,6 litros y 12,5 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AGUAS ENVASADAS, 2008-2012

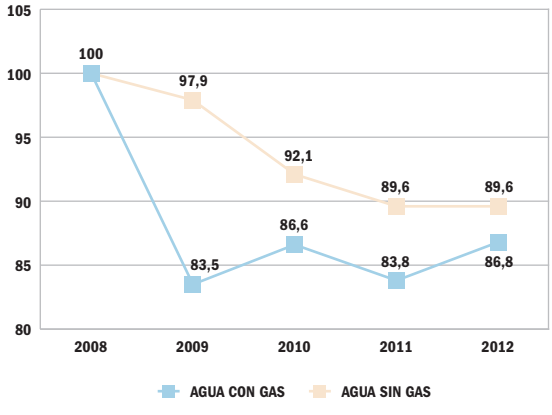




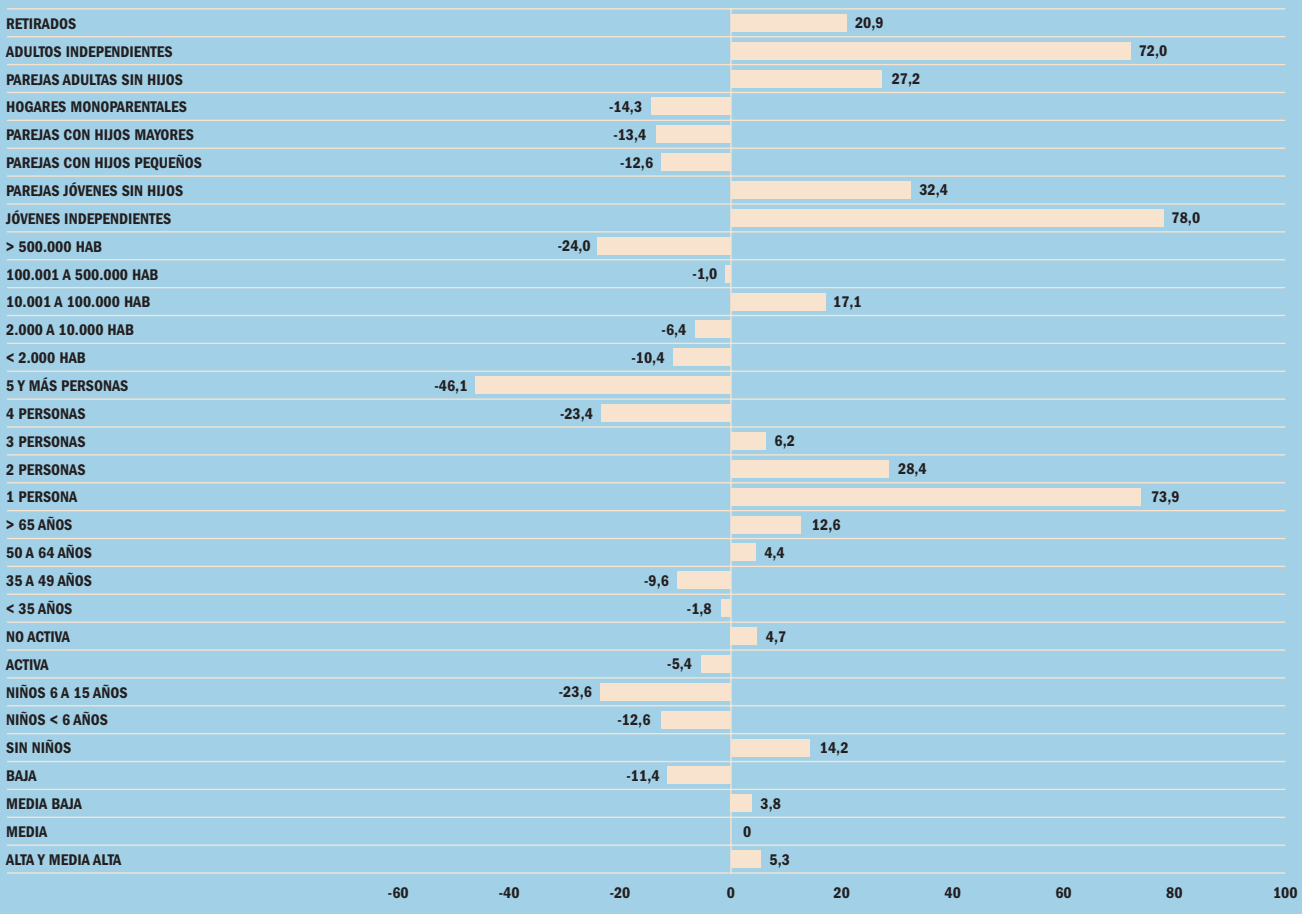


En la familia de aguas envasadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido el mismo para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2008, el consumo de agua con y sin gas ha sufrido un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AGUAS ENVASADAS (2008=100), 2008-2012

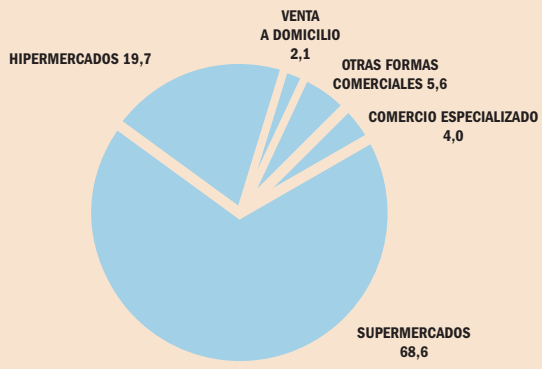


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AGUAS ENVASADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 51,6 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua envasada a los supermercados (68,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 19,7% y los establecimientos especializados representan el 4%. La venta a domicilio supone el 2,1%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 5,6% restante.

Vino

España es una potencia mundial en producción de vino y mosto. Ocupa el primer puesto en el ranking por superficie de viñedo (cerca de un millón de hectáreas), es el tercero por producción (porque los rendimientos son menores que los de Francia e Italia) y es el segundo país exportador mundial en términos de volumen, aunque tercero en términos de valor.

Por su importancia en términos económicos, sociales y medioambientales, el sector del vino tiene una gran relevancia en España. Aunque el viñedo está presente en todo el país, las comunidades autónomas con mayor superficie de viñedo son Castilla-La Mancha (49% de toda la uva para vinificación) seguida de Extremadura (9%), Comunidad Valenciana (7%), Castilla y León (6%), Cataluña (5%), Aragón (4%), Murcia (4), La Rioja (4%), Andalucía (3%), Galicia (3%), Navarra (2%), Canarias (2%) y Madrid (2%).

Del viñedo total, algo más de la mitad corresponde a variedades de uva tintas y el resto son uvas blancas.

Dentro de las variedades de uva que hay en España destaca la blanca airén con el 24% de la superficie de viñedo total de nuestro país, 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 pardina.

PRODUCCIÓN Y VENTAS

En 2012 el sector del vino y del mosto representó el 4,9% del valor de la Producción Vegetal final y el 2,9% de la producción de la Rama Agraria.

Al igual que en el año anterior, a efectos de calcular la renta agraria, el volumen producido se redujo un 14,4%, mientras que, por el contrario, los precios aumentaron un 39%, la mayor subida de todas las producciones agrarias por segundo año consecutivo.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO Y MOSTO (Millones de hectolitros)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
VINO Y MOSTO	36	40	37,3	34,6

**Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



El resultado final es que el sector del mosto generó un valor de 1.251 millones de euros a precios básicos, un 25% más que en 2011.

La producción española de vinos y mostos en la campaña 2011 se situó en 34,6 millones de hectolitros, un volumen inferior en un 7% al de la campaña precedente y que representa el 23% de la cosecha de la Unión Europea.

Mientras la demanda de vinos comunes no sólo no se incrementa sino que retrocede, los vinos de calidad son cada vez más demandados, especialmente en los mercados internacionales.

En la campaña 2012/13 se calificaron un total de 13,61 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen inferior a la campaña anterior como ya ocurriera asimismo en 2011. De ese volumen, 8,1 millones de hectolitros fueron vinos tintos o rosados y 4,4 millones de hectolitros fueron vinos blancos.

Por regiones, Castilla-La Mancha con 2,45 millones de hectolitros fue la que tuvo más producción de vinos con DOP, seguida de Cataluña (2,41 millones de hectolitros) y de La Rioja (1,74 millones de hectolitros).

Asimismo, también se produjeron 2,94 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP),

volumen similar al de 2011 y 3,2 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP. A estos volúmenes habría que sumar algo más de 11,6 millones de hectolitros de vinos sin mención de calidad.

De la producción total del año 2012 (24,6 millones de hectolitros) 3,8 millones fueron mostos (zumo exprimido y no fermentado de las uvas). En España más de un 90% de la producción total de mostos corresponde a mostos blancos.

En la campaña 2012/13 la producción española de mosto se redujo en más de un millón de hectolitros y la región con mayor producción fue de nuevo Castilla-La Mancha, cuya producción de mosto en 2012 se elevó por encima de los 3,1 millones de hectolitros, frente a los 3,9 millones de la campaña precedente.

Después de Castilla-La Mancha, y a mucha distancia, quedaron las producciones de mosto en Extremadura, Cataluña, La Rioja, Andalucía y la Comunidad Valenciana.

EL VINO EN LA UE

A efectos de calcular la renta agraria, en el año 2012 la producción de vino comunitaria experimentó un descenso de volumen del 15,6% frente a un incremento del 6,2% en los precios.

La producción de vino y mosto se situó en torno a 144 millones de hectolitros, lo que supuso un descenso del 11,6% con respecto a la campaña 2011/12, y una caída algo mayor (14,3%) en relación a la media de las cinco últimas campañas.

De esta producción, el volumen destinado a vinificación se estima en los 138,8 millones de hectolitros, el 96% del volumen total. De ellos, 61,6 millones de hectolitros habrían sido destinados para vinos con Denominación de Origen Protegida (44,4%), 29 millones para vinos con Indicación Geográfica Protegida (20,9%), 3,5 millones para vinos varietales sin denominación y 44,7 millones para los demás vinos.



PRODUCCONES DE VINO Y MOSTO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de hectolitros)

	2010	2011	2012*
MUNDO	265,1	266,8	251
UE	156,4	157	144,5
ESPAÑA	**40,9**	**37,3**	**34,6**

**Estimación. FUENTE: MAGRAMA y OIV.*

En general, Italia fue el país con mayor producción (41,5 millones de hectolitros) a pesar de que su año fue malo. A los italianos les siguieron los franceses (40,6 millones de hectolitros, un 20% menos), que además ocuparon la primera posición como productores de vinos con Denominación de Origen, con 19,4 millones de hectolitros, frente a los 13,2 de Italia y los 12,5 de España (no están incluidos los vinos con Indicación Geográfica Protegida).

Respecto al consumo, la UE volvió a registrar un ligero descenso, a pesar de que países como Francia y Alemania experimentaron incrementos. En conjunto, el consumo ascendió a 123,8 millones de hectolitros y España volvió a ser de nuevo uno de los países en los que se redujo.

En este sentido, en España se totalizaron 9,3 millones de hectolitros, cuando un año antes se superaron los 9,8 millones. Asimismo, el consumo también se redujo en Italia y Reino Unido, pero sus cifras son mucho más altas que las de España (22,6 y 12,5 millones de hectolitros respectivamente).

En cuanto al comercio mundial de vino, la UE lidera las exportaciones, ya que Italia es el primer país en ventas exteriores en términos de volumen (21,2 millones de hectolitros vendidos en 2012) y Francia el principal exportador en valor con casi 7.840 millones de euros de facturación en 2012.

Francia aún se encuentra, con 15 millones de hectolitros en 2012, muy lejos de Italia y España en volumen, lo que significa que el país galo tiene un precio medio de venta muy superior al resto. Así, el pasado año, se situó en los 5,23 euros por litro, mientras que los precios medios de Italia eran 2,21 € /l y los de España 1,21 € /l.

PRODUCCIÓN MUNDIAL

La producción mundial de vinos, exceptuando zumos y mostos, se situó en 2012 en 251 millones de hectolitros, un vo-

lumen muy inferior al del año anterior, cuando se llegó a 267 millones de hectolitros.

El 56% de la producción mundial de vino procede de la Unión Europea y el resto de países terceros.

Francia fue el primer país productor del mundo, seguido de Italia y España. Ese año además la producción comunitaria fue mayor, con lo que su liderazgo quedó reforzado.

Por su lado, la producción de vino en 2012 fue inferior en Estados Unidos (20,5 millones de hectolitros), Australia (11 millones) y Chile (12,5 millones). Por el contrario, otros grandes países productores, como Argentina, tuvieron menos producción: 11,7 millones de hectolitros.

Es de destacar que en el período 2007-2011 países como China, Chile, Argentina, Australia, Francia y Nueva Zelanda han incrementado considerablemente su producción, mientras que el resto de los grandes países productores la ha disminuido.

Respecto al consumo mundial de vino, el crecimiento en 2012 fue del 0,6% respecto al año anterior, en el que también se había producido un aumento. Así, las cifras del año 2012 indican que el consumo de vinos se situó en 244,5 millones de hectolitros.

Al contrario que en la Unión Europea, se produjo una incremento del consumo en Estados Unidos, Argentina, China y Australia, siguiendo la tónica de años anteriores.

El comercio exterior de vinos ha ido adquiriendo cada vez más importancia. Entre 2001 y 2005 no se llegó a alcanzar los 78 millones de hectolitros y en el año 2012 se superaron los 99 millones de hectolitros. El importe global de las exportaciones mundiales de vino supera los 25.000 millones de euros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector vitivinícola español se encuentra inmerso en un profundo proceso de renovación y actualización. Desde principios de la década pasada, la superficie sujeta a reconversión ha sido de más de 130.000 hectáreas, con una inversión cercana a los 800 millones de euros. Se considera que existen algo más de 4.000 bodegas que elaboran vinos tranquilos, espumosos y de licor. Muchas de esas bodegas son de tamaño mediano o pequeño y su capital es esencialmente español.

Las bodegas cooperativas representan en torno al 12% del número total de bodegas, aunque elaboran más del 60% de la producción final del sector y agrupan a unos 210.770 viticultores. Castilla-La Mancha aparece como la comunidad con mayor número de bodegas, en torno a una cuarta parte del total. A continuación se sitúan Cataluña (16%), Castilla y León (10.5%) y Andalucía (9%). Atendiendo al número de empresas del sector, los primeros lugares son ocupados por La Rioja y Castilla- La Mancha, con porcentajes respectivos del 18%.

Junto a esta base productiva existen algunos grandes grupos que, poco a poco, van ganado cuotas de mercado. Se calcula que existen ocho empresas vitivinícolas con facturaciones por encima de los 100 millones de euros anuales. Los cinco operadores más importantes acaparan una cuota conjunta de casi el 28% del total de ventas. La penetración de capitales internacionales entre estas grandes empresas es algo más significativa que en el resto del sector, aunque no llega a ser mayoritaria. Todos los grandes líderes del sector tienen acuerdos con empresas vitivinícolas extranjeras para ampliar las posibilidades de comercialización en otros mercados con el propósito de promover su internacionalización.

Las marcas blancas son muy importantes en la distribución organizada y acaparan el 42,1% de todas las ventas, mientras que la primera oferta marquista llega al 14,3% y la segunda se queda en el 4,6%. El principal grupo del sector de vinos en España registra una facturación de casi 342 millones de euros, mientras que el segundo supera los 290 millones y el tercero ronda los 230 millones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo J. García Carrión *	650,00
Freixenet, S.A. - Grupo	330,00
Codorniu, S.A. - Grupo	229,00
Félix Solís Avantis, S.A.	220,00
Grupo Miguel Torres *	215,02
Grupo Osborne *	207,00
United Wineries España, S.A. - Grupo Arco	182,00
González Byass, S.A. - Grupo *	159,41
Grupo Domecq Bodegas	150,00
Barón de Ley, S.A. - Grupo	82,54

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio mundial del vino no ha hecho sino crecer durante los últimos años y, en la actualidad, se acerca a los 100 millones de hectolitros, por un valor de 25.283 millones de euros. Las exportaciones mundiales representan alrededor del 40,4% del consumo mundial, frente al 34,6% de 2006. Este incremento del comercio internacional es debido fundamentalmente a que se está reduciendo el consumo de vino en los países tradicionalmente productores, a la vez que aumenta el número de consumidores en otras zonas, lo que obliga a recurrir a importaciones para cubrir esas demandas. A nivel mundial se detecta un incremento continuado de las exportaciones de países como Chile, Argentina, Australia, Sudáfrica o Nueva Zelanda, aunque todavía los países tradicionalmente productores de vino (como España) ocupan las primeras posiciones en ese comercio mundial. Nuestro país aparece como el segundo proveedor mundial de vino y mosto en volumen (por detrás de Italia) y el tercero en valor (en un ranking encabezado por Francia e Italia), con más de 2.060 millones de litros y en torno a 2.500 millones de euros. La suma de Italia, Francia y España representa el 56,4% de todo el vino exportado en volumen a nivel mundial y el 59% en valor. El precio medio del vino español exportado se situó en 1,21 euros/ litro y resulta claramente inferior al del resto de los grandes países proveedores, aunque en los últimos años se detecta un fuerte incremento de sus cotizaciones. Durante el pasado ejercicio, las exportaciones cayeron un 8% en volumen, pero un aumento del 11,8% en valor. En términos de valor, la partida de vinos con DO envasados es la más importante con el 40,5% del total, seguida a mucha distancia por la de los vinos espumosos (17,5%), mientras que en términos de volumen, ocupan el primer lugar las exportaciones de vinos sin DO a granel (45,3%).



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO Y MOSTO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)

CC AA	2011	2012*
ANDALUCÍA	1.080	900
ARAGÓN	1.148,50	1.000,40
ASTURIAS	1,6	1,4
BALEARES	34,7	40,6
CANARIAS	85,7	78,4
CANTABRIA	1	1
CASTILLA-LA MANCHA	18.622	18.380
CASTILLA Y LEÓN	1.825	1.712,00
CATALUÑA	3.292,50	2.836,50
COMUNIDAD VALENCIANA	2.340,70	2.151,20
EXTREMADURA	4.281,50	3.190,70
GALICIA	538,50	348,00
LA RIOJA	2.003	1.835,80
MADRID	121,50	113,80
MURCIA	675,00	685,00
NAVARRA	680,00	604,00
PAÍS VASCO	601,00	817,00
TOTAL ESPAÑA	**37.332**	**34.600**

**Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Producciones según declaraciones.*

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012*
VINOS COMUNES DE MESA	18,24	17,1	15,8	14,9
VINOS DE MESA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	2,91	3,69	2,95	2,94
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	13,7	14	13,7	12,6

**Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Producciones según declaraciones.*

Los principales mercados de destino son Alemania (15,1% en valor y 16% en volumen), Reino Unido (13,4% y 8,1%), Estados Unidos (10,1% y 4,4%), Francia (8,5% y 18,9%), Suiza (4,3% y 1,7%), Bélgica (4,2% y 2,5%) e Italia (3,7% y 9,4%). Las importaciones crecieron en volumen un importante 71% hasta llegar a 120,2 millones de litros, mientras que su valor disminuyó un 1,4%, quedando en 230,9 millones de euros. Italia es nuestro principal proveedor y sus partidas principales son las de los vinos aromáticos y de aguja. ○

CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 435,3 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.026,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 9,4 litros de consumo y 22,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al vino envasado (7,9 litros por persona y año), seguido del vino a granel (0,9 litros per cápita), y de los espumosos, con 0,6 litros por persona al año. En términos de gasto, el vino envasado concentra el 83%, con un total de 18,5 euros por persona, el vino a granel presenta un porcentaje del 4% y un total de 0,9 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 13% del gasto con un total de 2,9 euros per cápita al año.



CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL VINOS Y ESPUMOSOS	**435,3**	**9,4**	**1.026,7**	**22,3**
TOTAL VINOS	**408,2**	**8,9**	**892,7**	**19,4**
VINO GRANEL	42,8	0,9	41,4	0,9
VINO ENVASADO	365,3	7,9	851,3	18,5
VINO BOTELLA	252,8	5,5	759,2	16,5
VINO CARTON	85,1	1,8	66,0	1,4
VINO GARRAFA	68,5	1,5	65,1	1,4
OTROS VINOS	1,7	0,0	2,4	0,1
VINOS TRANQUILOS	135,7	2,9	482,8	10,5
NACIONAL	134,4	2,9	477,6	10,4
EXTRANJERO	1,3	0,0	5,2	0,1
TINTO	104,2	2,3	376,0	8,2
BLANCO	25,5	0,6	90,1	2,0
ROSADO	6,1	0,1	16,7	0,4
VINOS DE AGUJA	5,9	0,1	19,4	0,4
VINOS DE LICOR	25,9	0,6	109,0	2,4
VINO DE MESA	219,9	4,8	238,8	5,2
NACIONAL	167,6	3,6	178,6	3,9
EXTRANJERO	10,2	0,2	22,6	0,5
OTROS VINOS MESA	42,1	0,9	37,6	0,8
VINO DE MESA TINTO	122,3	2,7	139,8	3,0
VINO MESA BLANCO	75,6	1,6	67,2	1,5
VINO MESA ROSADO	22,0	0,5	31,8	0,7
VINO DE LA TIERRA	14,3	0,3	34,0	0,7
ESPUMOSOS	27,1	0,6	134,0	2,9

Diferencias en la Demanda

En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

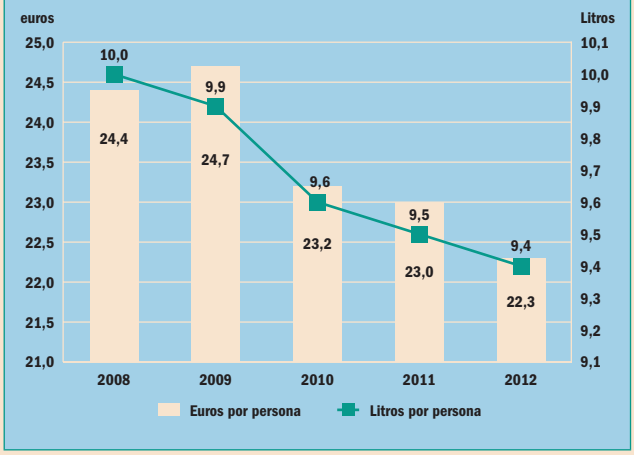
- *Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.*
- *Los hogares sin niños consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.*
- *Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja 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 vinos, mientras que los índices van disminuyendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de entre 2.000 y 10.000 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, en los hogares monoparentales, parejas jóvenes sin hijos y jóvenes independientes.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, La Rioja y Extremadura.*

Evolución de la demanda

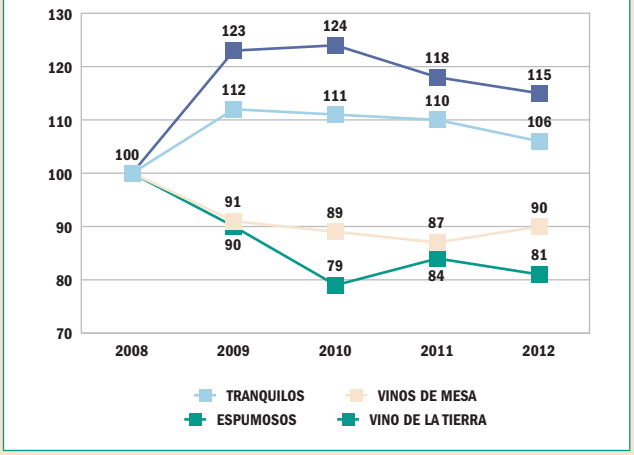
Durante los últimos cinco años, el consumo de vinos ha descendido 0,6 litros por persona y el gasto se ha reducido en 2,1 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2008 (10 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2009 (24,7 euros por consumidor).

En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de productos. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de vino de la tierra y vinos tranquilos aumenta y, por el contrario, en vinos de mesa y espumosos se produce un descenso.

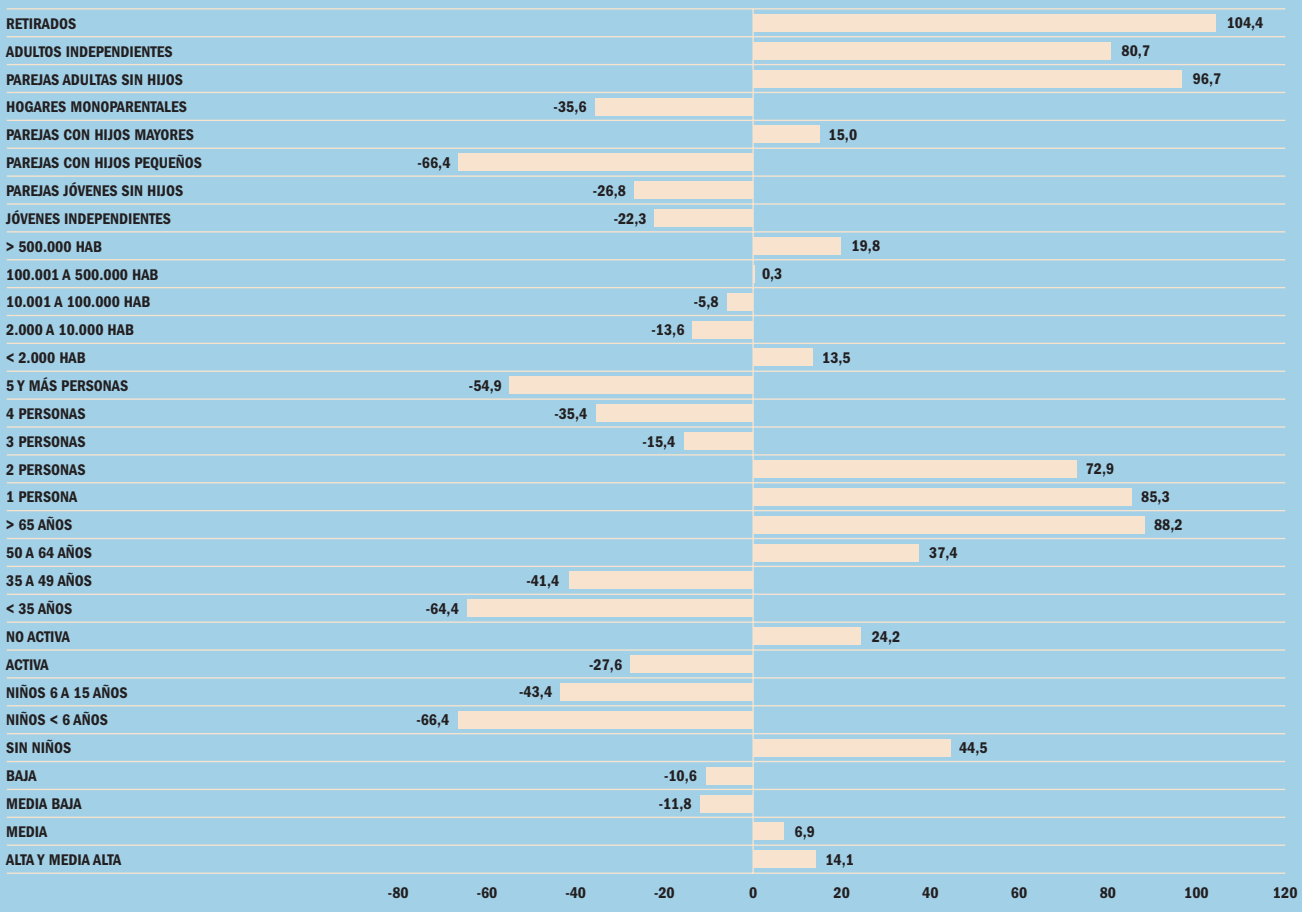
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN VINO, 2008-2012



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE VINO (2008=100), 2008-2012

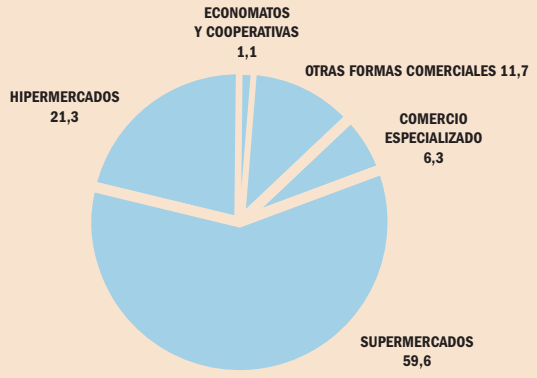


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE VINO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2013



** Media nacional = 9,4 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (59,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 21,3%. Los establecimientos especializados representan el 6,3%, los economatos y cooperativas el 1,1%, y otras formas comerciales aglutinan el 11,7% restante. ○

Vinos de mesa y de la tierra

Durante la campaña 2012/2013 se produjeron en España 2.940.954 hectolitros de vinos con Indicación Geográfica Protegida, a los que hay que añadir 3.273.079 hectolitros de vinos varietales sin Denominación de Origen Protegida y 11.560.735 hectolitros de vinos sin Indicación Geográfica. Estas cantidades representan porcentajes respectivos del 9,7%, 10,8% y 38% de la producción total de vino de España, lo que viene a señalar que los vinos de mesa y de la tierra representan el 58,5% de todo el vino que se elabora en nuestro país. Dentro de estas partidas, los vinos blancos representan el 53% del total. La principal producción de estos vinos se registra en Castilla-La Mancha (72% del total), seguida por Extremadura (15,8%) y Comunidad Valenciana (3,6%).

Los vinos de la Tierra presentan unas características específicas debidas a sus condiciones ambientales y de cultivo. Esta indicación es equivalente a las denominaciones "vin du pays" (Francia y Luxemburgo), "indicazione geografica tipica" (Italia), "vinho regional" (Portugal), "regional wine" (Reino Unido) o "landwein" (Alemania). En el caso de los vinos de mesa, por su parte, se hace referencia a vinos elaborados a partir de uvas de viñedos no clasificados o de vino que ha perdido su clasificación por ser una mezcla de diferentes regiones. Su etiqueta no indica la cosecha. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de vinos de mesa y de la Tierra tiende a reducirse de año en año, aunque todavía sigue representando algo más de la mitad de todas las ventas en volumen dentro de la distribución organizada. Estas pérdidas de demanda generan una elevada competencia entre las empresas que mantienen líneas de actividad en este segmento y provocan la desaparición constante de pequeñas y medianas empresas y bodegas que no pueden mantener los actuales niveles de competencia, mientras que se consolidan los grandes grupos del sector. Las marcas de distribución son este segmento completamente hegemónicas. La primera enseña marquista corresponde al segundo operador del sector español de vinos, que es un gran grupo con unas ventas de 290 millones de euros anuales. ○

COMERCIO EXTERIOR

Durante 2012 nuestro país exportó 934 millones de vinos sin DO de origen a granel, con una reducción interanual del 20,3%, cuyo valor de mercado llegó hasta los 420,1 millones de euros, un 8,6% más que en el ejercicio precedente. Aparte, hay que tener en cuenta otros 456,9 millones de litros de vinos sin DO envasados, lo que supuso un incremento interanual del 6,4%, con un valor de 440,6 millones de euros (+18,8%). Estas cifras indican, por tanto, una reducción importante de las exportaciones, de manera especial en los vinos a granel, pero un importante incremento de sus precios, que puede situarse en torno al 36%. En cualquier caso, hay que tener en cuenta que las ventas en el exterior de vinos españoles sin DO a granel constituyen todavía el 45,3% de todas las exportaciones en volumen. Los grandes mercados de destino para el vino español sin DO son Francia, Alemania, Italia, Reino Unido y Portugal. Fuera de la Unión Europea, otros clientes importantes para este tipo de vinos son China y Rusia, aunque las ventas en la primera disminuyeron en un 5,7% y en la segunda en un mucho más importante 67,6%.

Las importaciones de este tipo de vinos no han sido tradicionalmente importantes, pero durante 2012 esa situación varió de forma drástica. La reducción de los niveles de producción nacionales y el incremento de los precios provocaron un incremento notable de las importaciones de vinos sin DO a granel. En ese sentido, destacan los 38,5 millones de litros de vino chileno a granel que entraron en nuestro país, cuando en el ejercicio precedente esa partida era de apenas 0,6 millones de litros. ○

Mosto



En España se produjeron durante la última campaña algo más de 5 millones de hectolitros de mosto, lo que supuso un descenso interanual del 6,4%. El 64,4% de esa producción proviene de vinos blancos. La producción total de mostos no vinificables llegó hasta casi 5,2 millones de hectolitros, pero se registraron unas pérdidas de 176.000 hectolitros. Un 97% de los vinos utilizados para la elaboración del mosto son vinos sin DO ni IGP, mientras que el 3% restante corresponde a vinos varietales. El 80% de la producción española de mostos se concentra en Castilla-La Mancha. En esa comunidad autónoma los mostos representan alrededor de la cuarta parte de la producción total vitivinícola regional. Quince empresas acaparan el 95% de la producción total de mosto en nuestro país.

COMERCIO EXTERIOR



La balanza comercial de mostos es claramente favorable para nuestro país y constituye un elemento clave que permite mantener los niveles de producción del sector, ya que las demandas internas resultan insuficientes para absorber la producción nacional. Las exportaciones superan normalmente los 33 millones de euros anuales y se sitúan en torno a los 30 millones de litros, mientras que las importaciones tienen muy poca importancia y no pasan de los 300.000 euros anuales. La principal categoría exportada es la del mosto concentrado con grado brix entre 30º y 67º, con un precio medio de 1.036 euros por tonelada. A continuación se sitúan los mostos concentrados con un grado brix superior a 67º, con un precio medio de 1.175 euros por tonelada.

Los principales clientes de las exportaciones españolas de mosto son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Italia, Francia, Alemania, Países Bajos y Portugal. Fuera de la Unión Europea son importantes las exportaciones hacia Nigeria, Israel, Rusia, China, Guatemala, Cuba, Estados Unidos, Ucrania y Japón. Italia aparece casi como nuestro único proveedor de mostos, con una partida de 237.000 euros. A continuación, y con partidas poco importantes, aparecen Portugal y Reino Unido.

Vinos con denominación de origen

Nuestro país cuenta con 85 zonas de producción de vinos de calidad con Denominación de Origen Protegida (DOP). De ellas, 67 son con Denominación de Origen, 2 con Denominación de Origen Calificada, 6 son Vinos de Calidad con Indicación Geográfica y 10 son Vinos de Pago. Las primeras Denominaciones autorizadas se aprobaron en 1932. Atendiendo al volumen de vino calificado, la primera DOP es la de Rioja, con el 22,6% del total. A continuación aparecen las DOP Cava (13,8%), La Mancha (11%), Cariñena (5,3%), Navarra (4,9%), Ribera del Duero (4,6%) y Valdepeñas (4,2%). El número total de viticultores inscritos ronda las 137.600 personas y se encuentran en actividad 3.229 bodegas embotelladoras y otras 801 no embotelladoras. La producción española de vinos DOP durante la campaña 2012/2013 superó los 12,6 millones de hectolitros, lo que supuso una reducción interanual en torno al 8%. Los vinos tintos y rosados constituyen el 64,6% de toda esa producción, mientras que el restante 35,4% corresponde a los vinos blancos.

Por comunidades autónomas, las mayores producciones se registraron en Castilla-La Mancha, con el 19,4% del total, seguida por Cataluña (19,1%), La Rioja (13,8%), Castilla y León (11,7%), Comunidad Valenciana (9%), Aragón (6,9%), Navarra (4,7%), País Vasco (4,6%), Andalucía (4,3%), Murcia (2,5%), Galicia (2,4%), Extremadura (0,6%), Canarias (0,5%), Madrid (0,3%) y Baleares (0,2%). Ni Asturias ni Cantabria registran producciones significativas de vinos DOP. La comercialización de estos vinos durante la última campaña fue de algo más de 11,7 millones de hectolitros, lo que representó un incremento interanual del 3,1%. Atendiendo a los volúmenes comercializados, los vinos de La Rioja ocuparon el primer lugar, con el 23,1% del total, seguidos por los cavas (15,9%), los de la Ribera del Duero (6,7%), La Mancha (6,1%) y Valencia (4,8%).

DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
ABONA	995	1.229	17	4.566
ALELLA	314	96	8	5.718
ALICANTE	9.166	1.819	56	148.402
ALMANSA	7.400	760	12	27.563
ARLANZA	422	278	16	3.139
ARRIBES	419	364	13	2.815
BIERZO	3.045	2.634	66	53.436
BINISSALEM	592	127	14	12.874
BULLAS	2.137	345	12	7.212
CALATAYUD	3.143	903	15	58.334
CALZADILLA	13	1	1	108
CAMPO DE BORJA	6.815	1.147	16	145.243
CAMPO DE LA GUARDIA	81	1	1	1.604
CANGAS	34	52	7	374
CARIÑENA	14.338	1.520	32	507.300
CASA DEL BLANCO	93	1	1	428
CATALUÑA	48.145	9.097	204	440.100
CAVA	31.766	6.497	416	1.858.991
CHACOLÍ DE ÁLAVA	101	36	7	2.630
CHACOLÍ DE BIZKAIA	358	238	50	12.991
CHACOLÍ DE GETARIA	402	96	26	17.634
CIGALES	2.158	482	33	29.262
CONCA DE BARBERÁ	4.064	934	22	7.920
CONDADO DE HUELVA	2.642	1.574	30	91.913
COSTERS DEL SEGRE	4.535	601	41	63.558
DEHESA DEL CARRIZAL	21	1	1	492
DOMINIO DE VALDEPUSA	49	2	1	2.161
EL HIERRO	191	246	7	2.196
EL TERREREZO	73	1	1	169
EMPORDÀ	1.815	337	51	30.165
FINCA ÉLEZ	39	1	1	198
GRAN CANARIA	238	345	68	1.530
GRANADA	300	70	22	3.734
GUIJOSO	59	1	1	266
JEREZ-XERÈS-SHERRY	7.695	1.834	70	336.183
JUMILLA	23.384	2.189	44	179.668
LA GOMERA	125	234	15	401
LA MANCHA	160.624	16.599	266	713.892
LA PALMA	640	1.193	18	7.396
LANZAROTE	1.884	1.731	17	10.040
LEBRIJA	17	1	3	528
LOS BALAGUESES	18	1	1	122
MÁLAGA	1.304	467	36	17.385
MANCHUELA	4.673	797	33	11.687
MANZANILLA, S.B.	7.695	1.834	26	76.931
MÉNTRIDA	8.019	1.376	28	20.193

DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
MONDÉJAR	500	300	2	3.230
MONTERREI	403	363	25	11.030
MONTILLA MORILES	5.333	2.277	65	190.092
MONTSANT	1.857	700	61	39.097
NAVARRA	11.477	2.574	112	415.243
PAGO DE ARÍNZANO	128	1	1	779
PAGO DE OTAZU	92	1	1	54
PAGO FLORENTINO	58	1	1	548
PENEDÉS	19.679	4.379	182	179.399
PLA DE BAGES	450	90	11	6.992
PLA I LLEVANT	249	125	15	10.325
PRADO DE IRACHE	17	1	1	64
PRIORAT	1.899	614	96	32.767
RÍAS BAIXAS	4.048	6.712	179	156.090
RIBEIRA SACRA	1.276	3.048	94	18.818
RIBEIRO	2.805	6.053	100	76.656
RIBERA DEL DUERO	21.064	8.290	287	783.909
RIBERA DEL GUADIANA	32.135	2.777	23	17.560
RIBERA DEL JÚCAR	9.185	935	11	2.756
RIOJA	63.297	16.972	801	2.701.055
RUEDA	12.853	1.521	59	470.198
SIERRA DE SALAMANCA	70	80	5	506
SIERRA DE MÁLAGA	1.304	467	36	6.835
SOMONTANO	4.416	466	33	102.922
TACORONTE-ACENTEJO	1.146	1.865	43	5.029
TARRAGONA	4.786	2.118	59	20.725
TERRA ALTA	5.981	1.491	48	34.809
TIERRA DE LEÓN	1.365	368	33	3.656
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	696	205	9	669
TORO	5.626	1.329	51	72.379
UCLÉS	1.700	676	5	18.655
UTIEL-REQUENA	34.832	5.842	91	204.112
VALDEORRAS	1.157	1.489	43	39.317
VALDEPEÑAS	22.829	2.862	35	516.100
VALENCIA	13.050	10.805	88	561.022
VALLE DE GÜÍMAR	274	551	21	1.379
VALLE DE LA OROTAVA	457	604	17	1.942
VALLES DE BENAVENTE	301	110	6	2.226
VALTIENDAS	85	10	5	952
VINOS DE MADRID	8.390	2.891	44	24.474
YCODEN-DAUTE-ISORA	236	558	17	2.285
YECLA	5.954	503	8	58.480
TOTAL *	**585.901**	**137.601**	**4.030**	**11.714.588**

Datos de la campaña 2011/12 facilitados por los respectivos Consejos Reguladores en base a sus registros.
** En los totales no se han sumado las cifras de Cataluña y Cava, para evitar duplicidades.*
Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

COMERCIO EXTERIOR

Durante 2012 se exportaron 343,5 millones de litros de vino DOP envasado, a los que hay que añadir otros 62,6 millones de litros de vinos DOP a granel. Estas cifras suponen un incremento interanual del 10% en el primer caso y una reducción del 8,4% en el segundo. Estas variaciones se consideran positivas, ya que significan que en el comercio exterior español de vinos empiezan a tener más importancia las partidas de mayor valor añadido. Atendiendo a sus valores de mercado, los vinos DOP envasados supusieron 1.013,6 millones de euros, un 9,8% más que en la campaña precedente, mientras que los vinos DOP a granel alcanzaron otros 45,2 millones de euros (+3,8%). Hay que tener en cuenta que en estas cifras no se incluyen las exportaciones de vinos espumosos que también podrían ser incluidas en el comercio exterior de los vinos DOP. El vino tinto representó la mitad del volumen exterior comercializado. La Unión Europea absorbió un 71,3% de todas las exportaciones de vinos DOP españoles. A continuación se situaron los Estados Unidos (8,1%) y los países no comunitarios de Europa (7,4%). Las restantes áreas geográficas representaron un porcentaje del 13,2%.

Atendiendo al valor de las partidas exportadas de vinos DOP envasados, los principales clientes durante 2012 han sido Reino Unido (184,1 millones de euros), Alemania (154,5 millones de euros), Estados Unidos (139,9 millones de euros), Suiza (82 millones de euros), Países Bajos (56,8 millones de euros), Canadá (47,6 millones de euros), China (46,2 millones de euros), México (33,1 millones de euros), Suecia (32,8 millones de euros) y Francia (31,1 millones de euros).

Las importaciones generales de vino crecieron un 71% en volumen y un 1,2% en valor durante 2012, aunque se concentraron principalmente en vinos sin DOP. Italia aparece como el principal proveedor de vinos para el mercado español, fundamentalmente aromatizados y de aguja.

Cava



La producción total de cava durante 2012 superó los 243,2 millones de botellas, un 1,5% más que en 2011, en el que se había registrado un descenso del 2,1%. El mercado interior registró una reducción interanual del 6,3%, quedando en 81,8 millones de botellas, por lo que el crecimiento se concentró de manera exclusiva en el comercio exterior. Un 49% de todo el cava comercializado es brut. En segundo lugar se sitúan los semisecos, con un porcentaje del 29%, seguidos por los extra brut/ brut nature (12%) y los secos (10%). Atendiendo a sus categorías, el 89% del cava vendido tiene una crianza mínima de 9 meses, mientras que los cavas reserva (con una crianza mínima de 15 meses) tienen una cuota de mercado del 12% del total. El 2% restante corresponde a los cavas gran reserva (crianza mínima de 30 meses). En el mercado interno, el cava brut acapara el 51% de todas las ventas. A continuación se sitúan los cavas brut nature y extra brut (28%), seguidos por los semisecos (20%), mientras que los secos apenas tienen importancia (1% del total).

Aunque existen zonas de producción amparadas por la Denominación de Origen en La Rioja, Aragón, País Vasco, Navarra, Comunidad Valenciana y Extremadura, la producción de cava se concentra en Cataluña, con el 97% del total. Existen un total de 160 municipios donde se elabora cava en España. La superficie inscrita para la producción de cava es de 32.355 hectáreas. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los registros del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cava aparecen inscritas 6.561 explotaciones, además de 163 bodegas elaboradoras de vino base y otras 253 elaboradoras de cava. En el primero de los casos ha disminuido durante el pasado año el número en dos bodegas, mientras que en el segundo se ha reducido en una. Este conjunto de bodegas forma el tercer grupo de embotelladoras de nuestro país, por detrás tan solo de las de los vinos de Rioja y La Mancha. A pesar de la existencia de una base empresarial relativamente atomizada, la realidad es que la concentración dentro del sector de las empresas elaboradoras y comercializadoras de cava es muy fuerte. La principal empresa productora y comercializadora es el principal grupo de todo el sector vitivinícola español y registra una producción de 114 millones de botellas de cava y unas ventas de 341,7 millones de euros (77% proveniente de ventas de cava). La segunda empresa (tercera del sector vitivinícola) llega a las 45.000 botellas de cava y los 229 millones de euros (52% proveniente de ventas de cava) y la tercera se queda en 30.000 botellas de cava y 71 millones de euros (100% proveniente de ventas de cava). Los diez principales operadores, todos ellos establecidos en Cataluña, acaparan más del 90% de todas las ventas.

Dentro de la distribución organizada, las marcas de distribución acaparan el 31,7% de todas las ventas en volumen y el 15,2% en valor. Las primeras ofertas con marca de fabricante (del segundo grupo del sector) presentan unos porcentajes del 27,3% en volumen y del 36,4% en valor, mientras que la segunda (del líder sectorial) llega al 23,7% y el 27,7% respectivamente. ○



COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior del cava es fundamental, ya que las ventas en el exterior doblan prácticamente a las demandas del mercado interno. Durante 2012 se exportaron 161,4 millones de botellas (66,4%) de la producción total, con un incremento interanual del 6%. Estas cifras suponen un record absoluto, ya que hay que recordar que a principios de la década pasada las exportaciones rondaban los 100 millones de botellas. Por tipos, el 47% de esas exportaciones está compuesto por cava brut, seguido por semiseco (36%), seco (16%) y brut nature/ extra brut (1%). Aunque se reportan exportaciones de cava a 128 países, el 74,2% de todas las exportaciones de cava se dirige hacia otros países de la Unión Europea y ese



comercio exterior se ha incrementado en un 5,3% durante 2012. Los principales clientes europeos son Alemania (39,5 millones de botellas), Reino Unido (35,9 millones de botellas), Bélgica (25,3 millones), Francia (5 millones), Finlandia (2,9 millones), Países Bajos (2,7 millones), Suecia (2,4 millones), Austria (1,5 millones), Dinamarca (1 millón), Letonia (586.310 botellas), Polonia (523.210 botellas) y Portugal (484.410 botellas). Las exportaciones hacia países que no forman parte de la Unión Europea crecieron durante el pasado ejercicio un 6,9%. Algunos mercados de destino importantes dentro de este grupo son los de Estados Unidos, con 17,2 millones de botellas vendidas, Japón (7,3 millones y un aumento interanual del 32,9%), Suiza (3,1 millones), Canadá (2,1 millones), Noruega (1,6 millones), Uruguay (1,1 millones), Brasil (1 millón), Israel (858.350 botellas), Rusia (829.740 botellas), Argentina (559.640 botellas), Venezuela (444.390 botellas), México (437.100 botellas) y Australia (390.090 botellas).



Las importaciones de vinos espumosos son mucho menos importantes. En el caso del champagne, las últimas cifras disponibles reportan una caída de las importaciones del 0,3%, quedando en algo menos de 3,7 millones de botellas. Nuestro país aparece como el noveno importador de champagne a nivel mundial, aunque muy lejos de los principales clientes entre los que destacan Reino Unido (34,5 millones de botellas), Estados Unidos (19,4 millones) y Alemania (14,2 millones).



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

- CALATAYUD
- CAMPO DE BORJA
- CARIÑENA
- CAVA **
- SOMONTANO

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 ✪

MARCA DE CALIDAD

- VINO DE CALIDAD DE LAS ISLAS CANARIAS



CANTABRIA

VINOS DE LA TIERRA

- 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





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

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ARLANZA
- ARRIBES
- CIGALES
- BIERZO
- RIBERA DEL DUERO
- RUEDA
- TORO
- TIERRA DE LEÓN
- TIERRA DEL VINO DE ZAMORA

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

- SIERRA DE SALAMANCA
- VALLES DE BENAVENTE
- VALTIENDAS

VINOS DE LA TIERRA

- VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

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 TERREREZO
- PAGO DE LOS BALAGUESES
- PAGO CHOZAS CARRASCAL

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 ✪

VINOS DE LA TIERRA

- 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

- CAMPO DE CARTAGENA
- MURCIA



NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- CAVA **/✪
- NAVARRA ✪
- RIOJA (DOCa) **/✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

- VINO DE LA TIERRA 3 RIBERAS

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

- ARABAKO TXAKOLINA ✪ (TXAKOLÍ DE ÁLAVA)
- BIZKAIKO TXAKOLINA ✪ (TXAKOLÍ DE VIZCAYA)
- GETARIAKO TXAKOLINA ✪ (TXAKOLÍ 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 1.567 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 1.250 viticultores y 17 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.

Alella

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Alella ampara una superficie de producción de 560 hectáreas de viñedo localizadas en 18 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, afru- tados 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 137 viticultores y 6 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.

Alicante

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida de producción abarca 9.500 hectáreas de viñedo, repartidas en 75 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 tambien se utiliza la Garnacha Tintorera, y en vinos blancos la Moscatel. En los últimos años se han plantado variedades foráneas como la blanca Chardonnay y la tinta Cabernet-Sauvignon, con excelentes resultados. Los vinos más característicos son tintos robustos pero frescos e intenso color rubí teja, y excelentes vinos de licor a partir de uva Moscatel; a destacar el Fondillón, un vino de licor añejo de gran intensidad aromática.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos más de 2.430 viticultores y 54 empresas bodegueras que elaboran y comercializan cerca de 16 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 25%.

Almansa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El área de viñedos protegida abarca una superficie de 7.118 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 750 viticultores y 12 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2,7 millones de botellas de vino con Denominación de Origen Almansa, de los que más de un 80% se destina a la exportación.

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 400 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 14 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 750 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 12 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 3.980 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 4.183 viticultores y 55 empresas bodegueras que comercializan cerca de 5,8 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Es una de las denominaciones más pequeñas de España, con una superficie protegida de unas 618 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 140 viticultores y 15 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino, de los que un 10% se destinan a la exportación.

Bizkaiko Txakolina
(Txakolí de Vizcaya)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

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

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de viñedos protegida por la Denominación de Origen se localiza en 2.500 hectáreas distribuidas en 11 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 609 viticultores y 14 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 800.000 litros de vino amparado por la Denominación, de los que cerca del 35% se destina a la exportación.

Calatayud

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de protección de la Denominación de Origen abarca 3.590 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 municipios 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 9.561 viticultores y 203 bodegas. En la campaña de 2011 se comercializaron más de 55 millones de litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 58% 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 2.560 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 1.826 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 362 viticultores y 49 bodegas y cooperativas con una producción anual aproximada de 6,5 millones de litros de vino, de los que cerca de 5,4 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 402 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, nunca inferior a 9,5°. También se elaboran vinos tintos, rosados, espumosos y vendimia tardía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 100 viticultores y 26 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 2 millones de litros de chacolí, consumidos casi en su totalidad en el mercado del País Vasco.

Gran Canaria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende en 226 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 331 viticultores y 65 bodegas y cooperativas de producción y elaboración que comercializan anualmente más de medio millón de litros de vino.

Jerez-Xerès-Sherry Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende sobre 7.695 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 2.630 viticultores y 79 bodegas que elaboran una media anual de más de 55,2 millones de litros de vino, de los que se exportan el 75%.

Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca unas 25.000 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Fuenteálamo, Hellín, Montealegre, 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 2.300 viticultores y 44 bodegas que comercializan anualmente unos 20 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: 169.900 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 18.067 viticultores y 256 bodegas que elaboran y comercializan al año más de 64 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 1.995 hectáreas de viñedo asentado sobre terrenos volcánicos, localizados por toda la isla de Lanzarote.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más singular es la Malvasía, 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 1.740 viticultores y 15 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1,4 millones de litros de vino, los cuales se destinan 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 1.320 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 y Romé, también en su variedad tinta. 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 491 viticultores y 36 bodegas que elaboran una media anual de casi 2,3 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 4.000 hectáreas de viñedo localizadas en 70 municipios vitivinícolas de la comarca de La Manchuela, situada al sudeste de Cuenca y al nordeste de Albacete.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la tinta Bobal que ocupa gran parte de la superficie, y también se producen en menor proporción Tempranillo y blanca Macabeo. La elaboración de vinos tintos es la más característica, resaltando por su color rojo rubí con ligero reflejo teja, de aroma franco y delicado, armoniosos y elegantes. También se elaboran vinos jóvenes afrutados blancos y rosados frescos y armoniosos a partir de la variedad Bobal y Cencíbel.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay 1.000 viticultores inscritos, 35 empresas que elaboran y comercializan una media anual de 800.000 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 5.000 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 1.200 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 720 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra y Verín, en la parte sureste de la provincia de Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: subzona valle de Monterrei y subzona ladera de Monterrei.

CARACTERÍSTICAS: Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello, Treixadura y Verdello Louro, entre las blancas, y Mencía, Bastardo y María Ordoña, 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 618 viticultores y 22 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 500.000 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, en la Sierra del Montsant.

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, 57 bodegas y 57 comercializadoras, que comercializan una media anual de 5 millones de litros de vino, de los que el 63% se vende en los mercados exteriores.

Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La DO ampara 11.500 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 y Merlot. En uvas blancas predomina la Viura, Moscatel, Malvasía y Chardonnay. 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 2.500 viticultores y 100 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 26.080 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 10 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

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 618 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 3.966 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 6.618 viticultores y 181 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 28,6 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 24% se exporta.

Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 1.222 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 2.870 viticultores y 102 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 320.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.685 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 6.043 viticultores y 115 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 20.711 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 8.381 viticultores y 266 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 48 millones de litros de vino según campañas, de los que el 5% 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 61.270 hectáreas de viñedo repartidas entre las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra. Está dividida en 3 subzonas vitivinícolas: Rioja Alta, Rioja Baja 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 17.900 viticultores y más de 1.200 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 277 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 10.743 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 4.337 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 485 viticultores y 32 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de 13 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 1.321 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 33 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 1,8 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 707 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 9 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 5.800 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 1.200 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 6.500 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 705 viticultores y 11 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 3,7 millones de litros de vino con Denominación de Origen Yecla; el 85% de esta producción se canaliza hacia los mercados exteriores.

Bebidas espirituosas

Las ventas totales de las empresas del sector de bebidas espirituosas se situaron en unos 235 millones de litros, incluyendo en esta cifra a las exportaciones, lo que supone un descenso interanual del 8%. El mercado interior se situó entre los 170 y los 182 millones de litros, por un valor de 2.337 millones de euros, un 6,3% menos que el ejercicio precedente. En general, son las gamas premium y las ofertas más baratas las que mejor están resistiendo esta mala coyuntura, mientras se desploman las demandas de las presentaciones de valor medio. Por tipos, el whisky continúa siendo la bebida espirituosa más demandada, con el 27,9% del total, aunque ha perdido un 7,7% de las ventas. A continuación se sitúan los licores, entre los que se incluyen el pacharán, aguardientes, licores de frutas, cremas de licor y otros, con una cuota del 18,5% (-5,9%), seguidos por el ron, con el 17,6% (-7,6%), la ginebra, con el 12,6% (+2,4%), el brandy, con el 11,5% (-5,5%), el anís, con el 6,3% (-1,5%), el vodka, con el 5,1% (-2,4%) y el tequila, con el 0,5% (+0,9%). En el caso de los rones, son los oscuros los más demandados, acaparando un porcentaje del 14,2% del total, seguidos a mucha distancia por los rones blancos (2,8%) y los mojitos (0,6%). Como ha podido verse, únicamente la ginebra, animada por el éxito de los gin tonics y, en menor medida, el tequila, las únicas ofertas que registran datos positivos dentro de un panorama de contracción de las demandas. El brandy, por su parte, que constituye la principal bebida espirituosa elaborada en España, continúa su pérdida de importancia pasando ya al cuarto lugar. Los principales fabricantes están optando por rebajar la graduación alcohólica de los brandys de 36º a 33º para adaptarse a las nuevas tendencias de mercado.

La producción total de bebidas espirituosas en Europa asciende a unos 3.900 millones de litros. Las bebidas espirituosas representan en la actualidad el 13% del gasto de los turistas en nuestro país. La innovación aparece como la principal estrategia para dinamizar este mercado.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LICORES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A.	400,00
Diageo España, S.A.	311,09
Bacardí España, S.A.	260,00
Grupo Miguel Torres *	215,02
Maxxium España, S.L.	215,00
Grupo Osborne *	207,00
Grupo Varma *	185,00
González Byass, S.A. - Grupo *	159,41
Grupo Zamora	113,76
Bardinet, S.A.	95,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.





ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de bebidas espirituosas y licores se encuentran en manos de unos pocos y grandes grupos que, en la mayoría de las ocasiones, son filiales de compañías multinacionales. La Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE) agrupa a 130 empresas productoras y distribuidoras y productos derivados que representa al 100% del sector en nuestro país. La facturación de todas esas industrias representa casi medio punto del PIB español. Se considera que el sector genera en torno a unos 7.000 empleos directos (1,7% del empleo total de la industria agroalimentaria) y en torno a unos 164.000 empleos indirectos, sobre todo en los sectores de la hostelería y el turismo. También resulta importante la incidencia en el sector agrario, ya que unos 13.000 agricultores se dedican al cultivo de materias primas básicas para la elaboración de bebidas espirituosas.

Atendiendo a sus valores de mercado, la primera oferta marquista acapara un porcentaje del 19,4% del total, mientras que la segunda llega hasta el 18,4% y la tercera ronda el 16,3%. La cuarta se sitúa, a bastante distancia, en el 8,7% y la quinta se acerca al 6,1%. A continuación aparecen las marcas blancas, con un presencia creciente en este mercado, con una cuota del 5,8% en valor y del 10,9% en volumen. Esos niveles de concentración se mantienen en las principales ofertas. Así en el whisky, la primera oferta con marca de fabricante llega al 21,9%, la segunda llega al 18,8%, la tercera se queda en el 17,3% y las marcas blancas en el 11,9%. Dentro de los rones, la marca más demandada controla el 19,4% de todas las ventas, la segunda alcanza el 16,2%, la tercera, el 15%, la cuarta el 13,8% y las marcas blancas rondan el 12,4%. En las ginebras el predominio marquista es todavía mayor, con dos grandes fabricantes con cuotas respectivas del 29,9% y del 29,7%. La tercera aparece a bastante distancia, con el 8,6%, mientras que las marcas blancas se quedan en el 6,4%. En el caso de los brandys, la marca más popular controla el 29,8% de todas las ventas, mientras que la segunda llega al 18% y la tercera al 16,8%. Las marcas blancas, por su parte, suponen el 12,7% de todo ese mercado.

El principal grupo fabricante y comercializador de bebidas espirituosas y licores en España registra una facturación de 385,3 millones de euros, mientras que el segundo se queda en 311,3 millones de euros, el tercero ronda los 245 millones de euros y el cuarto alcanza los 210 millones de euros. ○



COMERCIO EXTERIOR

Se importan anualmente unos 102 millones de litros de alcohol puro destinados a la elaboración de licores y bebidas espirituosas y también a su expedición a otros Estados de la Unión Europea. Esa cifra indica una reducción interanual del 25%. Por categorías, se registró un descenso de las importaciones de whisky del 16,7%, seguido por la ginebra (-7%). El ron, por su parte, mantiene sus niveles de importación, ya que apenas se produce en nuestro país. Las importaciones de ron constituyen el 17,8% del total de las bebidas espirituosas importadas.

Dentro de la Unión Europea, la industria de bebidas espirituosas aparece como el primer exportador mundial, con un valor de unos 5.400 millones de euros anuales. En nuestro país, las exportaciones se redujeron en un 19,3%, quedando en 55,6 millones de litros de alcohol puro. El brandy aparece como la principal bebida espirituosa exportada, con 36,8 millones de litros de alcohol. Los principales destinos de esas exportaciones son Filipinas, México, Alemania y Estados Unidos. La principal causa que explica el descenso de las exportaciones es la reducción de ventas de ron a otros países comunitarios. Tampoco hubo un buen comportamiento en las exportaciones de whisky (-19,8%) y de ginebra (-22,2%). Las empresas del sector están apostando por incrementar sus exportaciones hacia los mercados emergentes y también hacia Estados Unidos, donde se detecta un significativo potencial de crecimiento. ○

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 100,6 millones de litros de bebidas espirituosas y gastaron 461,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,2 litros de consumo y 10 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	**100,6**	**2,2**	**461,4**	**10,0**
BRANDY	6,7	0,1	54,1	1,2
WHISKY	9,1	0,2	116,7	2,4
GINEBRA	4,1	0,1	51,1	1,1
RON	4,0	0,1	51,2	1,1
ANÍS	2,9	0,1	21,2	0,5
OTRAS BEBIDAS CON VINO	58,5	1,3	44,0	1,0
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	15,1	0,3	122,9	2,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2012 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 sin niños consumen más cantidad de bebidas espirituosas, 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 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 se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas espirituosas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos más pequeños (menos de 2.000 habitantes).*

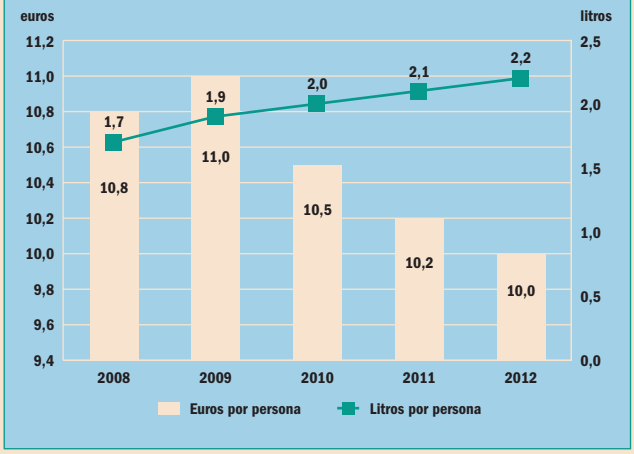


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, parejas adultas sin hijos, retirados, jóvenes independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Murcia, País Vasco y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Galicia y Asturias.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de bebidas espirituosas ha aumentado 0,5 litros por persona y el gasto se ha reducido 80 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo ha aumentado de forma progresiva hasta alcanzar 2,2 litros en el año 2012, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2009 (11 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2008-2012

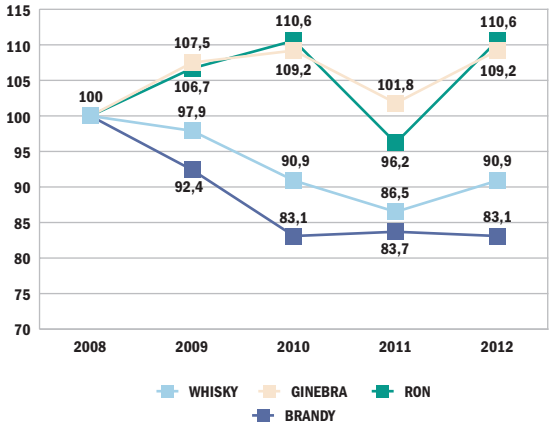






En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de ron y ginebra aumenta y, por el contrario, en whisky y brandy se produce una minoración.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2008=100), 2008-2012

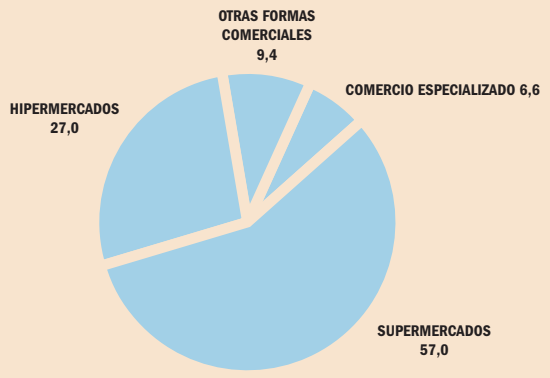


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012

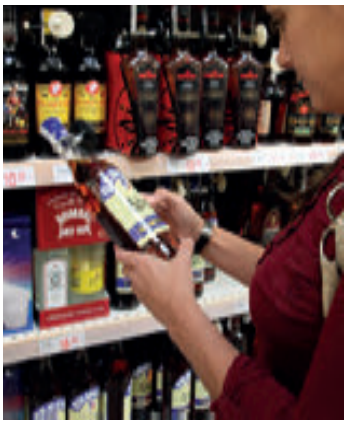


** Media nacional = 2,2 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (57% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 27%. Los establecimientos especializados representan el 6,6%, mientras que otras formas comerciales alcanzan la importante cuota del 9,4%.

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

CANARIAS

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

- RONMIEL DE CANARIAS ✪

BALEARES

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

- PALO DE MALLORCA
- HIERBAS IBICENCAS
- GIN DE MENORCA
- HERBES DE MALLORCA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- AGUARDIENTE DE ORUJO

CATALUÑA

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

- RATAFIA CATALANA

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

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

- AUGARDENTE DE GALICIA (ORUJO DE GALICIA)
- AUGARDENTE DE HERBAS DE GALICIA (AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA)
- LICOR DE HERBAS 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/Augardente 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: 6 empresas comercializan al año 646.908 litros de Aperitivo-Café de Alcoy, 146.391 litros de Cantueso Alicantino, 455.950 litros de Anís Paloma de Monforte del Cid y 27.262 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 33 empresas inscritas comercializan una media anual de 44 millones de litros de brandy, de los que el 40% se destina a la exportación.

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.

Gin de Menorca

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 america- no 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 38° y 43°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figura inscrita una empresa, que produce y comercializa unos 316.584 litros anualmente. Un 3% de la producción se exporta.

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 8 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 30º, 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 250 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 8 empresas que comercializan una media anual de 4 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 25º y 36º.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Geográfica están inscritas 8 empresas que elaboran y comercializan más de 120.754 litros anuales.

Ratafia Catalana

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica ampara la producción y elaboración de esta bebida espirituosa tradicional en todo el territorio de Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: La ratafia es una bebida espirituosa elaborada, básicamente, con nueces verdes. Su elaboración incluye maceraciones hidroalcohólicas de las nueces verdes, durante un mínimo de 2 meses. Tras el proceso de maceración se añade azúcar, alcohol y agua potable hasta obtener la graduación alcohólica conveniente. El producto elaborado se somete a envejecimiento durante un mínimo de 3 meses. El Consejo Regulador autoriza 2 tipos de ratafia: la Ratafia Catalana, con una graduación alcohólica de 26º a 29º, y la Ratafia Catalana Ligera, con un volumen alcohólico inferior a 23º.

DATOS BÁSICOS: Las 2 empresas registradas por el Consejo Regulador comercializan una media de 21.500 litros anuales, destinados en su práctica totalidad al mercado interior.

Ronmiel de Canarias

DENOMINACIÓN 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: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación Geográfica, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Sidra

Las materias primas utilizadas en la elaboración de sidra superan las 31.910 toneladas de manzanas, de las que el 48% tiene su origen en Asturias, con las que se elaboran 61.350 hectolitros de mosto. Atendiendo a los productos elaborados, se considera que se obtuvieron durante la última campaña computada 164.470 hectolitros de sidra elaborada, 259.720 hectolitros de sidra natural, 3.530 hectolitros de manzanada elaborada y 17.150 hectolitros de mosto conservado elaborado. Por lo que hace referencia a la DOP Sidra de Asturias se recogieron 1,96 millones de kilos de manzanas, con los que se elaboraron 1,44 millones de litros de sidra. Las ventas en la distribución organizada se acercaron durante 2012 hasta los 16 millones de litros, de los que el 71,7% estaba compuesto por sidra achampanada y el restante 28,3% por sidra natural. El valor de esas ventas llegó hasta los 30,4 millones de euros.

El 80% de la producción en nuestro país se concentra en Asturias, seguida a mucha distancia por Galicia, País Vasco y Navarra. Reino Unido aparece como el principal país productor de sidra de la Unión Europea, con el 58% del total. A continuación aparecen Francia (13%), Alemania (11%) y España (8%). A nivel mundial son los Estados Unidos la primera potencia productora. También tienen producciones significativas Canadá, Argentina, Chile, Sudáfrica y Australia. ●



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas elaboradoras y comercializadoras de sidra en España no ha registrado grandes cambios en los últimos tiempos. Está compuesto por medianas y pequeñas empresas, aunque existen algunos grupos importantes que basan parte de sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior. El principal grupo registra una facturación de 15,5 millones de euros, con un volumen de producción de 18 millones de litros. Estas cifras suponen en torno al 30% del volumen total del sector. El segundo llega a los 8,4 millones de euros (14 millones de litros), el tercero se queda en 5 millones de euros y 3,6 millones de litros y el cuarto alcanza los 4,6 millones de euros y los 5,5 millones de litros de sidra. En Asturias se encuentran en actividad alrededor de 100 lagares productores de sidra, la mayoría de carácter familiar. Tan sólo un 10% de esos lagares aparece como S.A. o S.L. Las diez primeras empresas productoras de sidra de España controlan el 61% de la facturación total del sector. ○



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
S.A. Valle, Ballina y Fernández	16,00
Innovación de Bebidas, S.A. (Inbesa) *	9,00
Bodegas de Villaviciosa, S.A.	7,30
Sidra Trabanco, S.A.	4,40
Manuel Busto Amandi, S.A. *	4,25
S.A.T. Zapiaín	2,50
Customdrinks, S.L.	2,40
Sidra Menéndez, S.L.	2,20
Sidra Cortina Coro, S.L.	1,78
Sidras Kopparberg, S.A.	1,62

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*

Datos de 2011.

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

COMERCIO EXTERIOR

Algunos de los principales grupos productores de sidra han encontrado en la exportación una estrategia que les ha permitido ampliar su volumen de negocio. Anualmente se exporta sidra por un valor cercano a los 3 millones de euros, aunque en el último ejercicio las cifras de comercio exterior parecen haber disminuido. Los principales mercados de destino son Estados Unidos, Cuba, República Dominicana y Portugal. El tercer grupo del sector encabeza una fuerte estrategia de internacionalización y exporta alrededor del 18% de toda su producción.

Las importaciones de sidra, por su parte, llegan hasta los 9,4 millones de euros, con un incremento interanual del 19%. Esta sidra importada se dirige casi en exclusiva hacia lugares costeros donde hay una importante presencia de turistas, como pueden ser la Comunidad Valenciana, Canarias y Cataluña, y sus principales proveedores son Irlanda, Reino Unido, Suecia y Países Bajos. ○

Consumo y gasto en sidra

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 14,1 millones de litros de sidra y gastaron 26,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,3 litros de consumo y 0,6 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SIDRA	14,1	0,3	26,4	0,6

Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2012 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 sin niños consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de 6 a 15 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 van disminuyendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sidra, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes.*

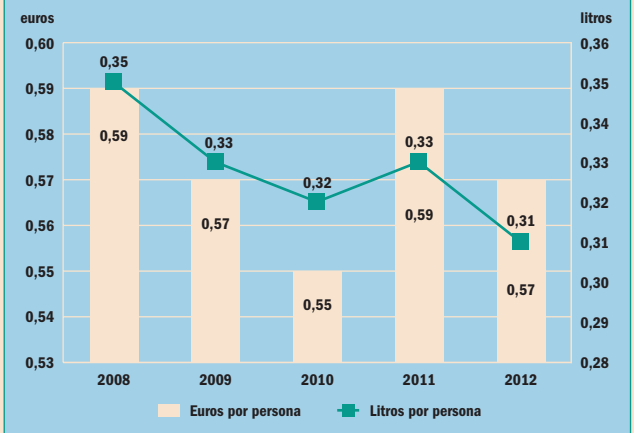


- *Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, jóvenes y adultos independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, País Vasco y Madrid cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Cataluña y, sobre todo, Baleares.*

Evolución de la demanda

Durante los últimos cinco años, el consumo de sidra ha descendido 0,04 litros por persona y el gasto ha experimentado una caída de 2 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2008 (0,35 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2008 y 2011 (0,59 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SIDRA, 2008-2012

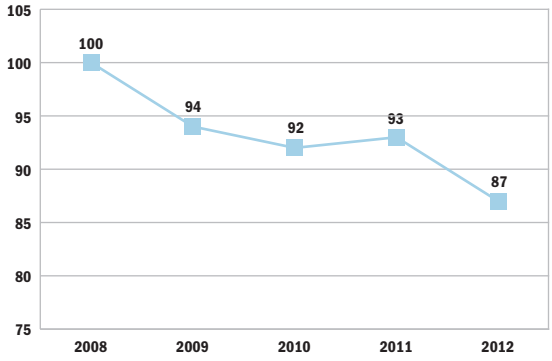




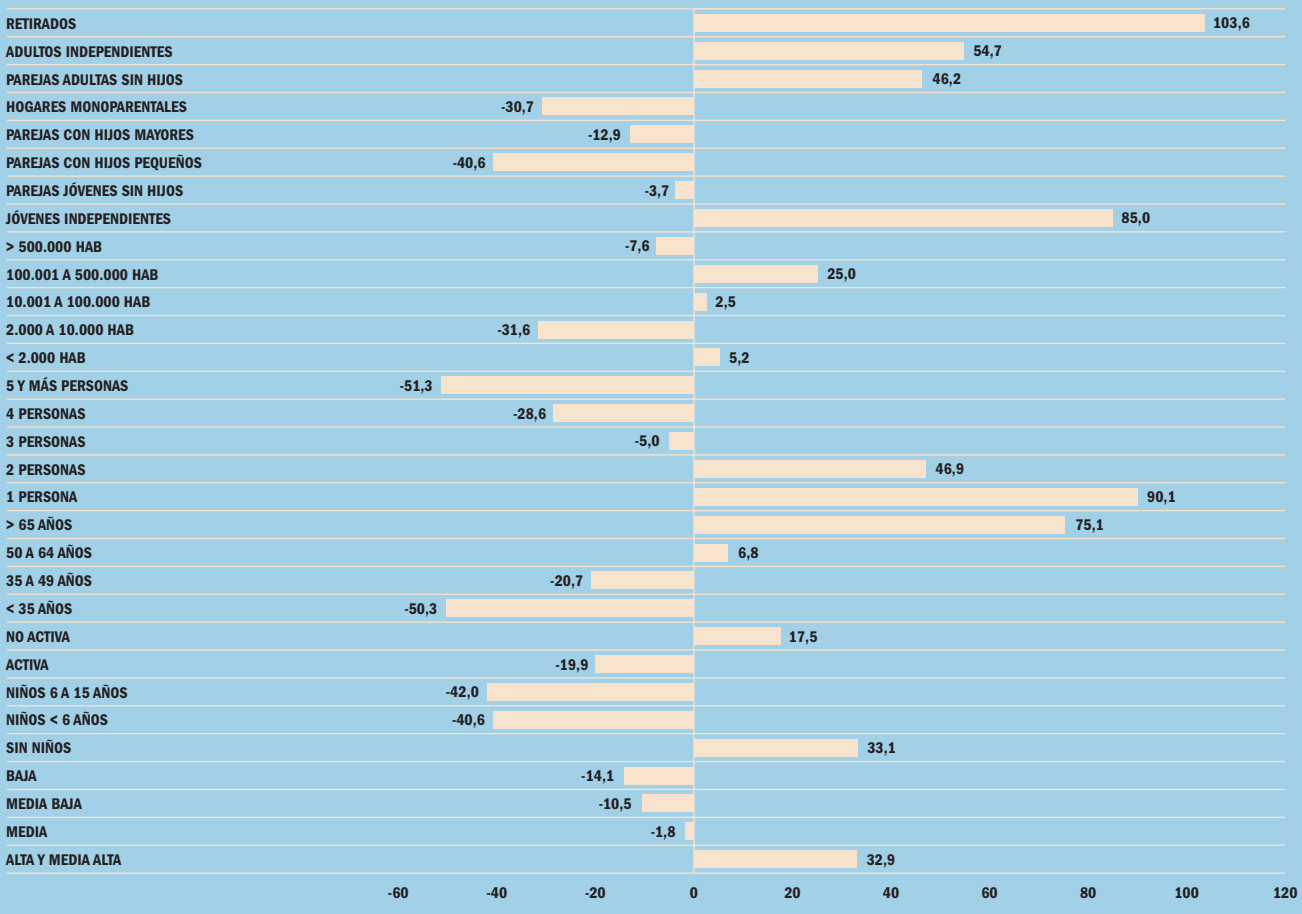


En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sidra durante el periodo 2008-2012, y respecto a la demanda de 2008, ha ido descendiendo todos los años, salvo un repunte en 2011, y con una acusada caída en el ejercicio 2012.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SIDRA (2008=100), 2008-2012

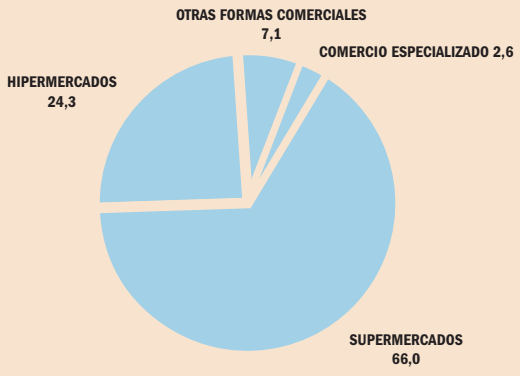


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SIDRA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 0,3 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (66% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 24,3% y los establecimientos especializados llegan al 2,6%. Las otras formas comerciales suponen el 7,1% restante.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS

ASTURIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

SIDRA DE ASTURIAS ✪

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

✪ *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 4,5º. 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 490 hectáreas. Se encuentran inscritos más de 260 productores y 23 empresas elaboradoras de sidra natural. La producción media anual es de 9,5 millones de litros, de los que se comercializan 1,6 millones de litros con DOP.

Vermouth

Según estimaciones del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente se destinan anualmente unos 400.000 hectolitros de vino blanco a la elaboración de vermouth. Un 70% de ese vino procede de Castilla-La Mancha, mientras que el restante 30% es del Penedés (Cataluña). El vermouth representa en conjunto el 2,5% de toda la producción de vino blanco de mesa en España. El consumo de vermouth en nuestro país se sitúa entre 25 y 30 millones de litros anuales, fundamentalmente como aperitivo. La hostelería acapara la mayoría de esos consumos. Los mayores consumos se registran en Madrid y Barcelona, seguidos por las comunidades del litoral mediterráneo, Cantabria y el País Vasco. A nivel mundial son Argentina, Rusia y Brasil los países en los que el consumo de vermouth es más elevado.

En Cataluña se encuentran radicadas la mayoría de las empresas productoras y comercializadoras de vermouth, de manera preferente en la comarca de Reus. Existen unos 30 grupos dedicados a la elaboración de esta bebida. La empresa líder es una filial de una importante compañía italiana y controla cerca de las tres cuartas partes de todas las ventas. Se exportan unos 20 millones de litros de vermouth cada año, dirigidos de forma mayoritaria hacia Italia y Francia.



Bebidas refrescantes

En España se produjeron en 2012 algo menos de 5.000 millones de litros de bebidas refrescantes, con una reducción interanual del 1,6%. El sector aporta a la economía española cerca de 12.140 millones de euros, de los que 4.994 millones constituyen la contribución directa de las empresas productoras, mientras otras 7.146 millones se obtienen de manera indirecta. La facturación directa del sector ha registrado una caída cercana al 8%. Los refrescos constituyen el 41% de la oferta total de bebidas no alcohólicas, mientras que las aguas sin edulcorar representan el 53% y los néctares, horchatas y aguas edulcoradas el restante 5%. Dentro de las bebidas refrescantes, las de cola acaparan el 55% de todas las demandas, seguidas por las de naranja (11%), limón (8%), bebidas para deportistas (6%), gaseosas (5%), tés (3%), tónicas (2%) y bebidas de lima-limón (2%). Las restantes presentaciones suponen el restante 8%. Los refrescos de cola light y las bebidas energéticas y para deportistas son los que más han crecido durante el último ejercicio. La tónica y la lima-limón han registrado incrementos en torno al 1%. En el lado opuesto se sitúan las bebidas que mezclan distintas frutas (-35%) y las bebidas de té (-4%).

La evolución de las bebidas light ha sido muy positiva durante los últimos ejercicios y representan en la actualidad el 30% de todo este mercado, cuando en 2002 apenas suponían el 15% y en 2005 llegaban al 25%. Dentro de los refrescos de cola, las presentaciones normales acaparan el 59% de todas las ventas, seguidas por las colas light (35%) y las colas sin cafeína (6%). Las bebidas con gas suponen el 85% de la producción total mientras que los refrescos sin gas presentan un porcentaje del 15%.



El PET aparece como el material más empleado para el envase de bebidas refrescantes, con el 56% del total. A mucha distancia aparecen las latas (26%) y el vidrio (13%). La evolución en estos dos casos es negativa con caídas interanuales del 3% y del 17%. Aproximadamente un tercio de todas las ventas se realizan en envases de 33 centilitros.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las empresas productoras de bebidas refrescantes en España son unas 70, aunque presentan características muy variadas. El 68% de esas empresas es de pequeño tamaño, con menos de 10 asalariados. Las empresas entre 10-50 trabajadores suponen el 22% del total, seguidas por las que tienen plantillas entre 50 y 200 trabajadores (6%) y las que tienen más de 200 trabajadores (4%). Las empresas del sector generan más de 8.400 puestos de trabajo directo, a los que hay que añadir otros 55.190 puestos de trabajo indirectos. Una muestra que ilustra la enorme transformación experimentada por el sector es que en 1950 se encontraban registradas más de 5.000 fabricantes de refrescos en nuestro país.

En la actualidad la Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes Analcohólicas (ANFABRA) cuenta

con algo menos de 50 asociados que representan la gran mayoría de la producción nacional. De ellos, el 13% se encuentra radicado en Andalucía, seguida por Castilla-La Mancha, Cataluña y Madrid con porcentajes respectivos del 10,9%. El grupo más importante del sector genera 4.470 puestos de trabajo y registra una facturación de 3.000 millones de euros, mientras que el segundo, con una plantilla de 870 trabajadores tiene unas ventas de 650 millones de euros. Los grupos tercero y cuarto facturan 450 millones y 430 millones de euros respectivamente. La innovación constituye una estrategia fundamental para la supervivencia de los grandes grupos del sector. Se presentan alrededor de 150 nuevos lanzamientos por año, con una inversión de más de 150 millones de euros. Las empresas del sector aportaron 550 millones de euros al sector público vía impuestos. ○



COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de bebidas refrescantes no es muy importante, ya que los costes de transporte y almacenamiento constituyen factores limitantes que justifican la colocación de plantas productoras cerca de los principales mercados de destino. Las estimaciones disponibles indican que pueden exportarse alrededor de 40 millones de litros de refrescos elaborados en nuestro país, mientras que las importaciones son sensiblemente más importantes y se sitúan en torno a los 100 millones de litros. Estas importaciones se encuentran claramente vinculadas con las ofertas de algunas grandes cadenas de distribución alimentaria. En cualquier caso, tanto importaciones como exportaciones no resultan significativas si se tiene en cuenta los volúmenes de la producción nacional.

La internacionalización de las grandes empresas españolas productoras de refrescos se basa en el establecimiento de plantas de producción en algunos países africanos. Así, el principal grupo de nuestro país tiene instalaciones productivas en Marruecos, Ghana, Cabo Verde, Guinea Conakry, Mauritania, Gambia, Sierra Leona y Liberia. ○

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE REFRESCOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coca-Cola España *	3.000,00
Grupo J. García Carrión *	650,00
Pepsico Bebidas Iberia *	450,00
Orangina Schweppes Iberia	430,00
Font Salem, S.L. *	237,85
Refresco Iberia, S.L. *	228,80
Grupo Leche Pascual, S.A. (División Bebidas) *	180,00
Red Bull España, S.L. *	95,00
Embotelladora de Canarias, S.A. *	70,60
Agua Mineral San Benedetto, S.A.*	65,50

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.



CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES

Durante el año 2012, los hogares españoles consumieron 2.114,6 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.632,2 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 45,9 litros de consumo y 35,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (41,9 litros por persona y año), y dentro de ellas, los consumos más elevados se registran en los refrescos de cola (21,6 litros per cápita) seguido de los refrescos de naranja (6,2 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 4 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 96,6%, con un total de 34,2 euros por persona, mientras que la gaseosa representa el 3,4%, con 1,2 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN GASEOSAS Y BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2012

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	**2.114,6**	**45,9**	**1.632,2**	**35,4**
GASEOSAS	183,9	4,0	53,7	1,2
BEBIDAS REFRESCANTES	1.930,7	41,9	1.578,5	34,2
NARANJA	283,4	6,2	187,1	4,1
LIMÓN	134,1	2,9	79,9	1,7
COLA	997,1	21,6	803,9	17,5
NORMAL	541,4	11,8	425,3	9,2
LIGHT	323,5	7,0	283,3	6,2
SIN CAFEÍNA	45,6	1,1	36,3	0,8
LIGHT SIN CAFEÍNA	86,6	1,9	59,0	1,3
BEBIDA REFRESCANTE TÓNICA	28,8	0,6	40,2	0,9
BEBIDA REFRESCANTE TÉ Y CAFÉ	71,8	1,6	60,9	1,3
BEBIDA REFRECANTE ISOTÓNICAS	132,6	2,9	150,2	3,3
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	282,7	6,1	256,3	5,4
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	149,5	3,2	151,6	3,3



Diferencias en la demanda

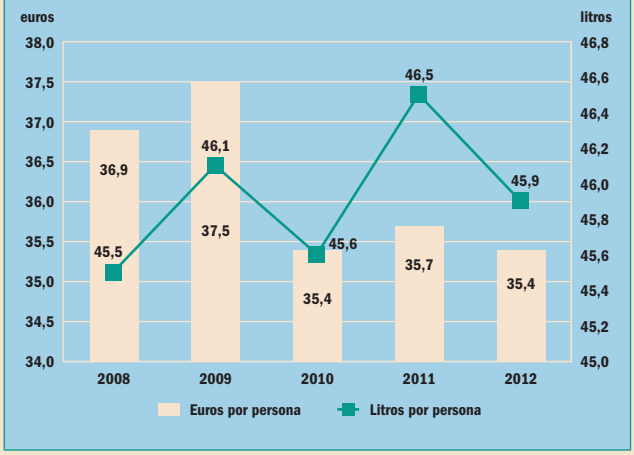
En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2012 presenta distintas particularidades:

- *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 sin niños consumen más cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas, 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 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 se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.*
- *Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de gaseosas y bebidas refrescantes, 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 jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y retirados.*
- *Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, Madrid y Castilla-La Mancha 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

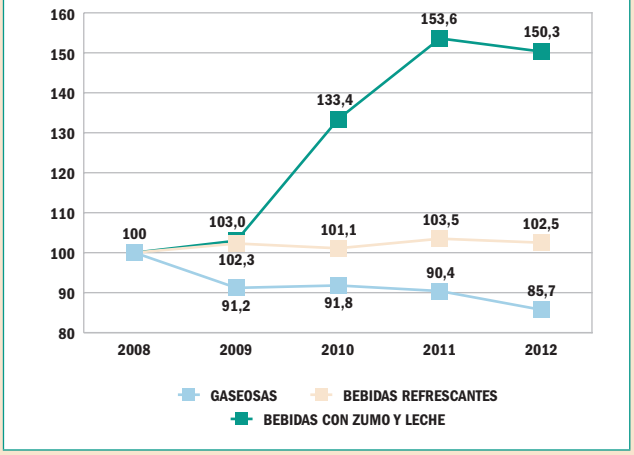
Durante los últimos cinco años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes ha aumentado 0,3 litros por persona y el gasto se ha reducido 1,5 euros per cápita. En el periodo 2008-2012, el consumo más elevado se produjo en el año 2011 (46,5 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2009 (37,5 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES, 2008-2012

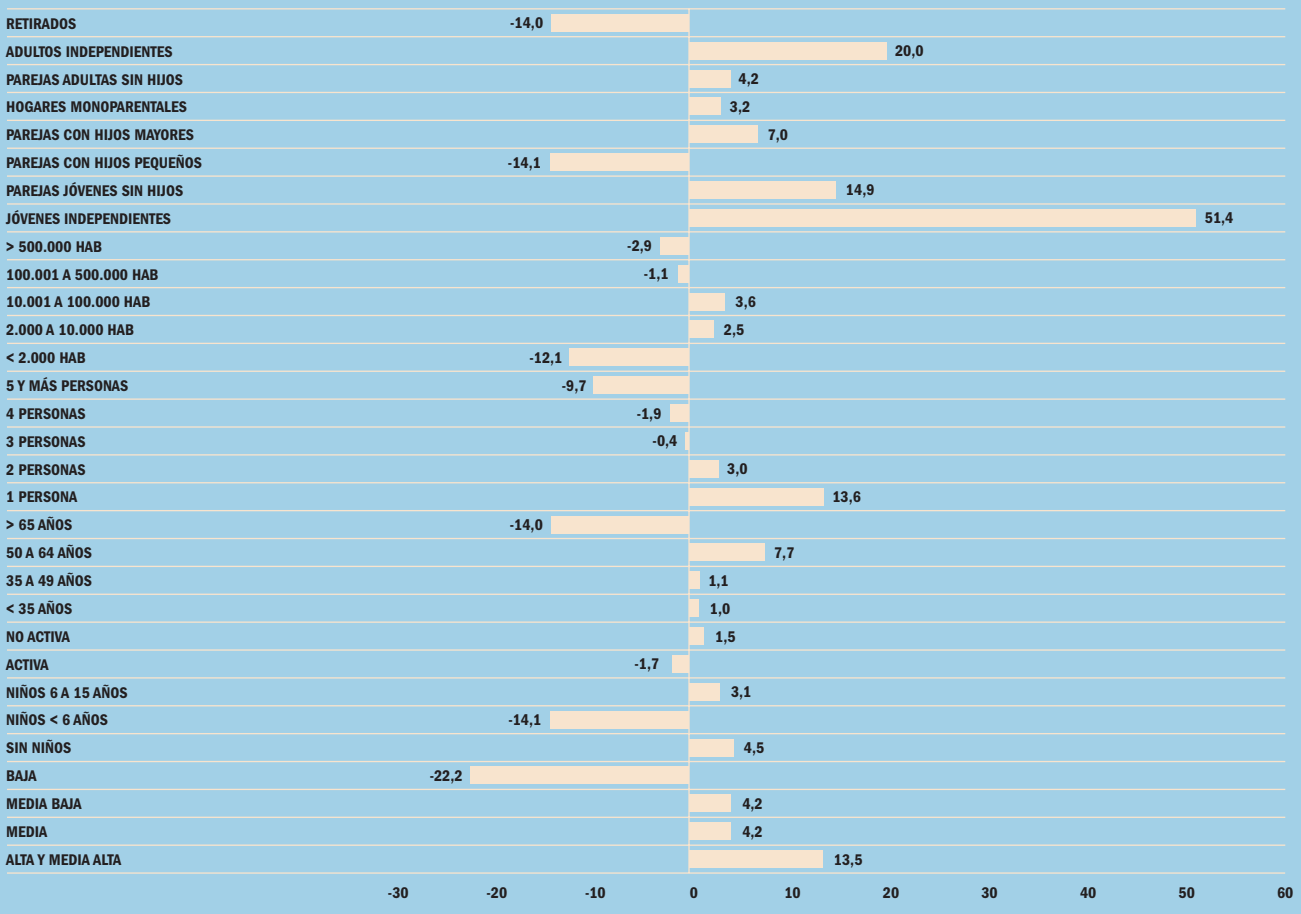


En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2008-2012 ha sido diferente para cada tipo de productos. Respecto a la demanda de 2008, el consumo de bebidas con zumo y leche y bebidas refrescantes aumenta y, por el contrario, en gaseosas se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2008=100), 2008-2012

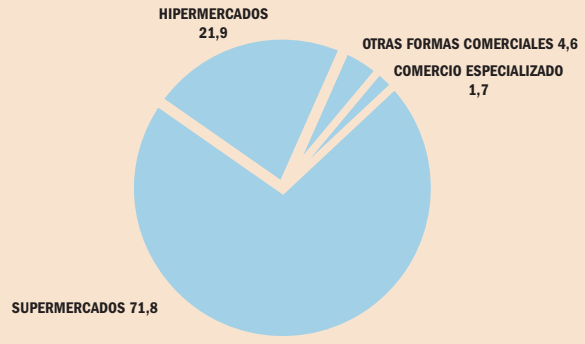


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)* 2012



** Media nacional = 45,9 litros por persona.*

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2012



Cuota de mercado



En cuanto al lugar de compra, en 2012 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (71,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 21,9%, el comercio especializado el 1,7%, y otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4,6%.

Producción integrada

La producción integrada constituye un sistema agrícola que se basa en la utilización de recursos y mecanismos naturales de producción, con el propósito de asegurar una agricultura sostenible. Un Real Decreto de 2002 regula las normas de producción y los requisitos generales que deben cumplir los productores que optan por esta modalidad agraria. En ese Decreto se reconocen las Agrupaciones de Producción Integrada en Agricultura y se crea la Comisión Nacional de Producción Integrada. Desde 2004 se dispone de un distintivo de Identificación de Garantía Nacional de Producción Integrada. Las certificaciones son otorgadas por entidades públicas o privadas reconocidas por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC).

La superficie inscrita en la producción integrada durante 2012 llegó hasta 803.480 hectáreas, un 4,9% más que en el ejercicio precedente. Andalucía es la comunidad autónoma con mayor superficie destinada a este tipo de producción, con 505.490 hectáreas (62,9% del total). A continuación se sitúan Extremadura, con 102.710 hectáreas (12,8%); Aragón, con 66.260 hectáreas (8,3%); Comunidad Valenciana, con 58.860 hectáreas (7,3%); Cataluña, con 31.350 hectáreas (3,9%); y Murcia, con 21.380 hectáreas (2,7%). Cierran esta relación Canarias, con 5.090 hectáreas (0,6%); Castilla y León, con 4.280 hectáreas (0,5%); La Rioja, con 3.270 hectáreas (0,4%) y Baleares, con 2.840 hectáreas (0,3%). Navarra, País Vasco y Galicia presentan en cada caso porcentajes del 0,1% del total.

El grado de implantación de la producción integrada es de casi el 4,7% de la superficie agrícola total. Ese porcentaje llega en Andalucía hasta el 14,3%, el 11% en Canarias, el 9,2% en la Comunidad Valenciana y el 9% en Extremadura, el 4,5% en Murcia, el 3,8% en Cataluña y el 3,7% en Aragón. En el extremo opuesto aparecen Galicia y Castilla y León, con el 0,1% en cada caso, Navarra (0,2%), el País Vasco (0,8%), las islas Baleares (1,7%) y La Rioja (1,8%). Por tipos de cultivo, la mayor superficie es la de olivar, con el 49,2% del total español. A continuación se sitúan los cereales (12%), el arroz (8,4%), los frutales (6,9%), el algodón (6,6%), los cítricos (5,9%), la vid (3,9%), las hortalizas (1,8%), los frutos secos (1,2%), el tabaco (1,1%), la remolacha (1%), la fresa (0,6%) y la patata (0,4%). Todos los otros cultivos en producción integrada representan el restante 1,2%.

Atendiendo a la implantación de la producción integrada por cultivos destaca el tabaco, con el 100% del total. En segundo lugar aparecen el algodón y la fresa, con porcentajes del



76% en cada caso, seguidos por el arroz (59%), el plátano (40%), los frutales (21%), la remolacha azucarera (18%) y los cítricos y el olivar (15%).

Los cultivos e industrias agroalimentarias sujetas a 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, remolacha, olivar, vid, algodón, setas, leguminosas, tabaco, aceite de oliva, conservas vegetales, productos hortícolas elaborados en fresco, aceituna de mesa, tomate de industria transformado, frutas y hortalizas para centrales hortofrutícolas, vinos, fruta seca elaborada y elaboración de arroz.

Agricultura ecológica

Una definición sencilla de la agricultura ecológica es la propuesta por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente como "un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales". La agricultura ecológica se encuentra regulada en España desde 1989 cuando se aprobó su primer Reglamento. En la actualidad esta modalidad productiva está regulada por los Reglamentos CE 834/2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, CE 889/2008 por el que se establecen disposiciones de aplicación con respecto a la producción ecológica, su etiquetado y control y CE 1235/2008 en lo que se refiere a importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países. Los términos "agricultura biológica", "agricultura orgánica" o "agricultura biodinámica" suelen ser utilizados como sinónimos. Algunas de las técnicas más utilizadas por la agricultura y la ganadería ecológicas son el combate orgánico, la diversificación y rotación de cultivos, las aportaciones de nutrientes naturales, la aplicación de modelos extensivos en la ganadería, la utilización de alimentos provenientes del medio y la prohibición de utilizar productos que estimulen el crecimiento antinatural de los animales.



LAS CIFRAS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Durante el año 2012 la superficie inscrita destinada a agricultura ecológica en España fue de cerca de 1.756.550 hectáreas, lo que supone una reducción interanual del 4,8%. De todas maneras, buena parte de esta reducción se debe a una nueva metodología en el cómputo de superficies, debido a la necesidad de adaptarse a los requisitos planteados por la Comisión Europea. El 77,8% de toda esa superficie se encuentra ya calificada en agricultura ecológica, el 8,6% aparece en conversión y el restante 13,6% en su primer año de prácticas. Atendiendo a sus orientaciones productivas, el 57,5% se dedica a pastos y prados, el 20,6% a cultivos permanentes, el 15,2% a cultivos de tierras arables, el 6,1% a barbecho y el 0,6% a hortalizas frescas, fresas y setas cultivadas.

Entre los cultivos permanentes, el olivar ocupa las mayores superficies (46,5% del total), seguido por los frutos secos (27,2%) y los viñedos (22,5%). Entre los cultivos en tierras arables destacan los cereales para la producción de grano (65%) y las legumbres secas y proteaginosas para la producción de grano (16,9%). Dentro de las hortalizas ecológicas, las más importantes son las cultivadas por el fruto

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Soria Natural, S.A. *	27,50
Herbex Iberia, S.L. *	17,00
S.A.T. Almendras de Almería *	17,00
Hida Alimentación, S.A. *	14,60
Martínez Nieto, S.A. *	14,25
Frunet, S.L. *	13,60
El Buen Pastor, S.L.*	12,00
Productos Velarte, S.L. *	11,90
Contorni Caoland,S.L.*	11,49
Toreba Carama,S.L. *	11,00

** Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.*
Datos de 2011.
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2012.

(26,9%), seguidas por las de hoja y tallo (24,3%), las leguminosas de verdeo para consumo humano (21,1%) y las hortalizas de bulbos y tubérculos (11,8%). Otras hortalizas suponen el restante 14,5%. Por comunidades autónomas, la mayor superficie de agricultura ecológica se localiza en Andalucía, con el 54% del total. A continuación aparecen Castilla-La Mancha (16,9%), Extremadura (4,6%), Cataluña (4,4%), Navarra (4,1%), Aragón (3,4%), Murcia (3,3%), Comunidad Valenciana (2,8%), Castilla y León (1,7%), Baleares (1,5%), Asturias (1,3%), Galicia (0,8%), Madrid (0,4%), Cantabria (0,4%), La Rioja, (0,2%) y Canarias (0,2%).

Por lo que respecta a la ganadería ecológica se registran algo más de 6.100 explotaciones ganaderas. Andalucía, de nuevo, acapara el mayor número de explotaciones ganaderas ecológicas, con el 60,6% del total, seguida por Cataluña (9,3%), Baleares (7,2%), Asturias (5,8%), Galicia (3,6%), Castilla-La Mancha (3,1%), Extremadura (2,6%), Cantabria (2,1%), País Vasco (1,4%), Canarias (1,1%), Navarra (1%), Castilla y León (0,7%), Aragón (0,6%), Comunidad Valenciana (0,3%), Madrid (0,3%), La Rioja (0,2%) y Murcia (0,1%). Por orientaciones productivas, las más importantes son las explotaciones de bóvidos (49% del total). A continuación se sitúan las de ovino (28,5%), caprino (10,4%), équidos (3,7%), apicultura (3,1%), aves de corral (2,9%) y porcino (2,4%). Un porcentaje por debajo del 0,1% corresponde a otras ganaderías. La cabaña ganadera ecológica supera las 985.590 cabezas. De estas, hay 159.930 bóvidos de carne y algo más de 4.800 de leche, 486.950 ovinos de carne y 19.280 de leche, 124.230 gallinas de puesta, 71.810 pollos de carne, 31.600 caprinos de carne y 24.400 de leche, 2.690 équidos y más de 50.820 colmenas.

Andalucía tiene los mayores censos de ganado ecológico bovino (95.230 cabezas), ovino (335.650 cabezas), caprino (34.970 cabezas) y colmenas ecológicas (22.495), mientras Galicia ocupa el primer lugar en aves de corral (73.940 cabezas) y La Rioja en porcino (2.400 cabezas). El número total de productores agrarios ecológicos es de algo más de 30.460, de los que el 86,3% está compuesto por productores agrícolas, el 6,8% por productores ganaderos y el restante 6,9% restante por productores agrícolas y ganaderos. Además hay 11 entidades de producción acuícola, 2.790 elaboradores transformadores, 111 importadores, 127 exportadores y 776 comercializadores, de los que el 68,9% está compuesto por mayoristas, el 28,2% por minoristas y el restante 2,9% por otros comercializadores. ○

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El número total de establecimientos dedicados a actividades industriales ecológicas durante el pasado año superó los 4.440, con un importante incremento interanual superior al 15%. Hay cerca de 3.610 industrias relacionadas con las producciones vegetales (81,2% del total) y más de 830 con las producciones animales (18,8% del total). La mayor parte de estas industrias se encuentran radicadas en Andalucía, con el 28,1% del total. A continuación aparecen Cataluña (17,6%), Comunidad Valenciana (10,4%), Castilla-La Mancha (6,7%), Murcia (6,4%), Aragón (3,5%), Extremadura (3,4%), Castilla y León (3,2%), Baleares (3%), Madrid (2,9%), Canarias (2,8%), País Vasco (2,8%), Galicia (2,3%), La Rioja (2,2%), Navarra (1,9%), Asturias (1,5%) y Cantabria (1,2%). Dentro de las industrias ecológicas relacionadas con la producción vegetal, las más numerosas son las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (36,6% del total), seguidas por las de elaboración de bebidas (20,1%), elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (17,5%), elaboración de aceites y grasas vegetales (13,1%), elaboración de productos de panadería y farináceos (10,2%), fabricación de piensos (1,6%) y fabricación de productos de molienda y almidones (0,9%).

Entre las industrias ecológicas vinculadas a las producciones animales destacan las dedicadas a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos (43,8% del total). A continuación aparecen las de elaboración de otros productos alimenticios de origen animal (36,2%), elaboración de productos lácteos (15,7%), manipulación de conservación de pescados, moluscos y crustáceos (3,4%) y elaboración de aceites y grasas animales (0,8%). Las empresas vinculadas con los pescados tuvieron un importante incremento interanual del 16,7% y las de elaboración de productos cárnicos un 23,9%. ○



ANDALUCÍA

La superficie andaluza en agricultura ecológica es de 949.025 hectáreas, de las que el 75,9% está ya calificado, el 20,8% aparece en su primer año de prácticas y el 3,3% está en conversión. Por cultivos destacan el olivar (54.800 has), los cereales (48.780 has) y los frutos secos, básicamente almendras (37.840 has). En Andalucía hay 7.480 productores agrícolas ecológicos, 1.240 ganaderos y 1.030 mixtos. Además, hay más de 100 comercializadores ecológicos, 435 elaboradores, 19 importadores y 12 exportadores de este tipo de productos. Por lo que hace referencia a la ganadería ecológica, hay algo menos de 1.780 explotaciones de bóvidos con más de 95.320 cabezas, 1.180 explotaciones de ovino de carne (334.360 cabezas) y 2 de ovino de leche (1.285 cabezas), 70 explotaciones de porcino (1.755 cabezas), 315 explotaciones de caprino de carne (18.970 cabezas) y 100 de caprino de leche (16.005 cabezas), 25 de aves de corral (24.170 animales), 100 de équidos (450 cabezas) y 70 de apicultura (22.495 colmenas). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son algo más de 960, de las que 446 se dedican a la manipulación y envasado de frutas y hortalizas, 192 a la elaboración de aceites y grasas vegetales y 108 a la elaboración de bebidas. Las industrias ecológicas vinculadas a la producción animal son cerca de 290 entre las que hay 106 dedicadas a la producción y conservación de carnes y productos cárnicos. ○

ARAGÓN

En Aragón hay cerca de 59.425 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 85% está ya calificado, el 8% aparece en conversión y el restante 7% se encuentra en su primer año de prácticas. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extienden por más de 31.300 has, destacando los cereales para la producción de grano (21.830 has). Se encuentran en actividad 670 productores agrícolas ecológicos, 8 ganaderos y 27 mixtos. Además hay 100 elaboradores y 12 comercializadores ecológicos. En relación a la ganadería ecológica aparecen 36 explotaciones, de las que 16 son de ovino de carne (9.500 cabezas), 7 de vacuno de carne (470 cabezas), 4 de porcino (1.110 cabezas), 3 de caprino de carne (250 cabezas), 4 de apicultura (15.600 animales) y 2 de apicultura, con algo menos de 170 colmenas. Las industrias ecológicas aragonesas relacionadas con las producciones vegetales son 145, entre las que destacan las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (50), las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (48) y las de elaboración de bebidas (18). Además, hay otras 11 industrias ecológicas vinculadas con las producciones animales, de las que 9 se dedican a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos. ○

ASTURIAS

La superficie asturiana en agricultura ecológica es de cerca de 22.530 has, de las que un 88,5% esta ya calificado, otro 6,6% en conversión y el restante 4,9% en su primer año de prácticas. Los pastos y praderas ocupan el 98,9% de toda esa superficie. También aparecen 135 has de manzanos ecológicos. Hay 125 productores agrícolas ecológicos, más de 280 ganaderos y 25 mixtos. Además se encuentran en actividad 60 elaboradores y 130 comercializadores. En Asturias existen cerca de 370 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 244 son de vacuno de carne (13.400 cabezas) y 15 de vacuno de leche (640 cabezas), 40 de ovino de carne (2.800 cabezas), 30 de caprino de carne (1.930 cabezas), 17 de apicultura y 16 de équidos. Aparecen inscritas 32 industrias vinculadas a las producciones vegetales ecológicas, de las que 11 son de elaboración de productos de panadería, 7 de manipulación y conservas de frutas y hortalizas y 6 de elaboración de bebidas. Además, se encuentran en actividad 33 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacan 17 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos, 10 de otros productos alimenticios de origen animal y 4 de productos lácteos. ○

BALEARES

En Baleares hay 25.530 has de agricultura ecológica, de las que el 85,9% está calificado, el 9,7% en su primer año de prácticas y el 4,4% en conversión. Dentro de los cultivos ecológicos destacan los cereales (3.760 has) y los frutos secos (3.300 has). Hay 314 productores agrícolas ecológicos y 210 agrícolas y ganaderos. Además están registrados más de 130 elaboradores y 36 comercializadores. Por lo que hace referencia a las explotaciones ganaderas ecológicas hay un total de 450, entre las que destacan 180 dedicadas al bovino de carne (880 cabezas), 150 al ovino de carne (21.360 cabezas), casi 50 al porcino (1.100 cabezas), 25 a la producción de huevos (3.390 gallinas) y 23 al caprino de carne (380 cabezas). Las industrias ecológicas baleares vinculadas a la producción vegetal son 93. Los grupos más importantes son los de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (33), elaboración de bebidas (19) y elaboración de aceites y grasas vegetales (16). Adicionalmente se encuentran en actividad otras 38 industrias ecológicas relacionadas con las producciones animales, de las que 29 están dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos y 6 a la elaboración de productos lácteos. ○

CANARIAS

La superficie de agricultura ecológica en las islas Canarias es de apenas 3.320 has y tiende a reducirse de año en año. El 85,4% está calificado, el 11,3% en conversión y el 3,3% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan las 175 has de frutas subtropicales y las 120 has de plataneras. Están activos cerca de 800 productores agrícolas ecológicos, 1 ganadero y 53 que combinan actividades agrícolas y ganaderas, 55 elaboradores y casi 50 comercializadores. Además, hay algo menos de 70 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 20 dedicadas a la producción de huevos (5.220 gallinas), 16 al ovino de leche (2.325 cabezas), 9 a la apicultura (420 colmenas) y 7 al ovino de carne (270 cabezas). Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales son más de 100, entre las que destacan 52 que trabajan con frutas y hortalizas frescas, 26 dedicadas a la elaboración de bebidas y 19 de panadería. Además, hay otras 21 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 9 se dedican a diferentes productos alimenticios de origen animal, básicamente a manipulación y envasado de huevos, 7 a carnes y productos cárnicos y 4 a productos lácteos. ○

CANTABRIA

En Cantabria hay algo más de 6.710 has de agricultura ecológica, de las que el 94,9% está calificado y el 5,1% restante en conversión. Los prados y pastos permanentes acaparan el 99,6% de esa superficie. En los registros aparecen 62 productores agrícolas ecológicos, 104 ganaderos y 9 mixtos. Además hay 36 elaboradores y 1 importador. No están registradores comercializadores. Se encuentran en actividad 130 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 59 de vacuno de carne (3.190 cabezas), 23 de équidos (670 cabezas), 15 de apicultura (2.180 colmenas),14 de ovino de carne (790 cabezas) y 11 de vacuno de leche (500 cabezas). Hay 21 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y 32 con las animales. Entre las primeras destacan las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (8), las de panadería (5) y las de piensos (4), mientras que entre las segundas las más numerosas son las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (10), las de otros productos alimenticios (11) y las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (6). ○

CASTILLA-LA MANCHA

La superficie de agricultura ecológica en Castilla-La Mancha es de 297.140 has, de las que el 75,6% se encuentra ya

calificado, el 22,5% está en conversión y el restante 1,9% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los cereales (65.830 has), el olivar (63.180 has) y los viñedos (47.900 has). En esta comunidad hay casi 6.780 productores agrícolas ecológicos, algo más de 10 ganaderos y 130 mixtos. Además se encuentran activos 210 elaboradores, cerca de 90 exportadores y 21 comercializadores. En Castilla-La Mancha están registradas casi 200 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan las 81 de ovino de carne (51.500 cabezas), 43 de vacuno de carne (3.720 cabezas), 39 de caprino de carne (4.900 cabezas) y 9 de caprino de leche (2.600 cabezas). Hay 270 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 26 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (118), elaboración de aceites (69) y manipulación y conservación de frutas y hortalizas (33). Dentro de las segundas destacan las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (11) y las de otros productos alimenticios (9) y las lácteas (6). ○

CASTILLA Y LEÓN

La superficie de agricultura ecológica en Castilla y León llega hasta algo menos de 30.580 has, de las que el 66,1% está calificado, el 23,5% en conversión y el 10,4% en su primer año de prácticas. Los cultivos con mayores extensiones de producción ecológica son los de cereales (8.090 has), legumbres secas (4.090 has), cultivos industriales (3.490 has) y oleaginosos (3.430 has). Hay casi 490 productores agrícolas ecológicos, 9 ganaderos y 37 mixtos. Además están activos casi 100 elaboradores ecológicos y 6 comercializadores. En los registros están inscritas algo menos de 50 explotaciones ganaderas, entre las que destacan las 18 de vacuno de carne (1.660 cabezas), 9 de apicultura (3.650 colmenas), 4 de ovino de carne (1.170 cabezas) y 4 de huevos (2.390 gallinas). En esta comunidad actúan alrededor de 110 industrias ecológicas vinculadas a las producciones vegetales y casi 30 a las animales. Dentro de las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (42), seguidas por las de otros productos alimenticios (28) y las de manipulación de frutas y hortalizas (21). Entre las segundas destacan las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (11) y las de productos lácteos (7). ○

CATALUÑA

En Cataluña están registradas 77.400 has de agricultura ecológica, de las que el 71,3% se encuentra calificado, el 14,5% aparece en conversión y el restante 14,2% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos catalanes son los viñedos (5.630 has), el olivar (4.640 has), aunque las principales extensiones son las de las praderas (54.240 has). Hay en esta comunidad autónoma casi 1.140 productores agrícolas ecológicos, 7 ganaderos y algo menos de 420 mixtos. Además se encuentran en actividad 670 elaboradores, 40 importadores, 6 exportadores y más de 200 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son más de 580 entre las que destacan las 316 de vacuno de carne (23.390 cabezas), las 92 de ovino de carne (20.180 cabezas), las 65 de caprino de carne (3.310 cabezas), las 43 de équidos (270 cabezas) y las 18 de aves de carne (16.650 pollos). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 620, a las que hay que añadir otras 170 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras sobresalen las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (246), manipulación y conservación de frutas y hortalizas (133) y las de elaboración de bebidas (123). Dentro de las segundas hay 99 dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos. ○

COMUNIDAD DE MADRID

La superficie de agricultura ecológica en la comunidad de Madrid se acerca a las 7.200 has, de las que el 78,8% aparece ya calificado, el 13,4% se encuentra en conversión y el restante 7,8% en su primer año de prácticas. Alrededor de 3.130 has son de olivar, 2.770 has de praderas permanentes, 410 has de viñedos, 280 has de alfalfa y 275 has de cereales. Los productores ecológicos agrícolas de Madrid son algo más de 240, a los que hay que añadir 15 ganaderos, casi 80 elaboradores, 12 importadores y 9 comercializadores. Se encuentran registradas 17 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 9 son de vacuno de carne (940 cabezas), 3 de apicultura (730 colmenas), 2 de vacuno de leche (660 cabezas), otras 2 de équidos (30 cabezas) y 1 de caprino de leche (670 cabezas). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 108, mientras que otras 20 están vinculadas a las producciones animales. Entre las primeras, destacan 37 de panadería, 26 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas y 27 de otros productos de origen vegetal. Dentro de las segundas hay 14 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos y 3 de elaboración de productos lácteos. ○

COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunidad Valenciana hay 49.650 has de agricultura ecológica, de las que el 81,9% está ya calificado, el 13,5% aparece en conversión y el restante 4,6% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos valencianos son los viñedos (7.280 has), los frutos secos, fundamentalmente almendras (6.700 has), los cereales (3.820 has) y el olivar (3.510 has), aunque las praderas ecológicas se extienden por 24.380 has. Hay cerca de 1.760 productores agrícolas ecológicos, 22 ganaderos y 21 mixtos, además de 340 elaboradores, 23 importadores, 21 exportadores y 70 comercializadores. En esta comunidad autónoma están en actividad 22 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 13 son de vacuno de carne (1.290 cabezas), 4 de ovino de carne (1.660 cabezas) y 2 de producción de huevos (3.050 gallinas). Por lo que hace referencia a las industrias ecológicas aparecen 435 vinculadas a producciones vegetales y 29 a producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (200), las de elaboración de bebidas (99), las de aceite (53) y las de panificación (45). Dentro del segundo grupo, aparecen 20 de elaboración de otros productos alimenticios de origen animal, 5 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos y 4 de productos lácteos. ○

EXTREMADURA

La superficie extremeña en agricultura ecológica es de casi 74.300 has, de las que el 72,8% está ya calificado, el 19,2% se encuentra en conversión y el 8% en su primer año de prácticas. Entre los cultivos destacan el olivar (31.480 has), los cereales (2.390 has), los frutos secos (1.650 has) y las vides (1.170 has). Además, 31.570 has son de pastos y praderas ecológicos. En esta comunidad hay 2.940 productores agrícolas ecológicos, 104 ganaderos y 34 mixtos. Además están en actividad algo menos de 90 elaboradores y 65 comercializadores. En los registros se encuentran inscritas más de 160 explotaciones ganaderas ecológicas entre las que destacan 95 de vacuno de carne (9.490 cabezas), 53 de ovino de carne (38.200 cabezas) y 6 de porcino (370 cabezas). Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales son algo menos de 150, a las que hay que añadir otras 6 relacionadas con las producciones animales. En el primer grupo sobresalen las de manipulación y conservas de frutas y hortalizas (97), las de elaboración de aceite (28) y las de elaboración de bebidas (14). Entre las segundas hay 3 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos y 2 de elaboración de productos lácteos. ○

GALICIA

La superficie en agricultura ecológica de Galicia llega hasta las 15.090 has, de las que el 95,6% se encuentra calificado, el 0,7% aparece en conversión y el 3,7% en su primer año de prácticas. Las praderas y pastos temporales ocupan unas 10.400 has, mientras que otras 2.220 has son de pastos permanentes. Las castañas son el principal cultivo ecológico, con 1.940 has. Se encuentran activos algo más de 260 productores agrícolas ecológicos, 175 ganaderos y 23 mixtos. Además hay 4 entidades de producción acuícola, 80 elaboradores y 9 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas gallegas son 225, entre las que destacan 100 de vacuno de carne (4.080 cabezas), 38 de vacuno de leche (2.100 cabezas), 23 de ovino de carne (1.930 cabezas), 15 de aves de carne (43.770 pollos) y 5 de huevos (30.180 gallinas). Se encuentran registradas 54 industrias ecológicas vinculadas a las producciones vegetales, entre las que sobresalen 18 de manipulación y conserva de frutas y hortalizas, 15 de panadería y 11 de elaboración de bebidas. Además hay 50 industrias ecológicas relacionadas con las producciones animales. Las más numerosas son las de elaboración de productos lácteos (19), las de elaboración de productos cárnicos (13) y las de manipulación de pescados, crustáceos y moluscos (9). ○



LA RIOJA

En La Rioja, la agricultura ecológica ocupa una superficie de 4.240 has, de las que el 86,1% se encuentra calificado, el 9,4% aparece en conversión y el restante 4,5% en su primer año de prácticas. Los pastos permanentes se extienden por 1.820 has. Los principales cultivos ecológicos son los frutos secos (790 has), los viñedos (650 has) y el olivar (630 has). En esta comunidad se encuentran registrados 242 productores agrícolas ecológicos, 9 ganaderos y 2 mixtos, a los que hay que añadir 65 elaboradores y 1 entidad de producción acuícola. Las explotaciones ganaderas ecológicas son 11, de las que 9 son de apicultura (1.740 colmenas), 1 de porcino (2.400 cabezas; el mayor censo de porcino ecológico de nuestro país) y 1 de vacuno de carne (40 cabezas). Hay 85 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales y otras 12 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (47), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (16), las de elaboración de aceites (11) y las de elaboración de panadería y farináceos (5). Dentro de las segundas, destacan 8 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos. ○

NAVARRA

La superficie navarra dedicada a la agricultura ecológica supera las 73.130 has, de las que el 94,9% está ya calificado, el 0,7% aparece en conversión y el 4,4% en su primer año de prácticas. Por cultivos, destacan los cereales (7.180 has), las legumbres secas (1.120 has) y los viñedos (970 has). Las praderas permanentes ocupan 56.510 has. En esta comunidad hay 495 productores agrícolas ecológicos, 55 ganaderos y 53 mixtos. Además operan 1 entidad de producción acuícola, 93 elaboradores, 6 importadores y 10 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son 63, entre las que hay

27 de équidos (810 cabezas), 13 de vacuno de carne (1.270 cabezas), 11 de ovino de carne (2.030 cabezas), 3 de ovino de leche (1.050 cabezas), 3 de caprino de carne (170 cabezas) y 3 de apicultura (570 colmenas). Las industrias ecológicas relacionadas con producciones vegetales son 70, mientras que otras 16 se relacionan con producciones animales. Dentro del primer grupo hay 22 bodegas y 19 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas. Entre las segundas, destacan las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (7) y las de elaboración de productos lácteos (4). ○

PAÍS VASCO

En el País Vasco se encuentran registradas 2.440 has en agricultura ecológica, de las que el 64,2% está ya calificado, el 17,6% se encuentra en conversión y el restante 18,2% en su primer año de prácticas. Alrededor de 1.240 has son de praderas permanentes. Los viñedos ecológicos se extienden por 600 has, los cereales por 145 has, las plantas cosechadas en verde por 140 has y los manzanos por 135 has. Aparecen en actividad 205 productores agrícolas ecológicos, 34 ganaderos y otros 34 mixtos. Además hay 66 elaboradores, 2 importadores y 12 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son casi 90, entre las que sobresalen las 20 de vacuno de carne (810 cabezas), las 19 de producción de huevos (13.650 gallinas), 17 de ovino de carne (1.000 cabezas), 9 de équidos (330 cabezas) y 7 de ovino de leche (1.550 cabezas). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 87, a las que hay que añadir otras 38 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras hay 34 de panadería, 26 de elaboración de bebidas y 11 de manipulación de frutas y hortalizas. Dentro de las segundas destacan las de productos lácteos (12) y las de carne y productos cárnicos (9). ○



REGIÓN DE MURCIA

En Murcia se encuentran registradas 58.820 has de agricultura ecológica, de las que el 93,4% se encuentra ya calificado, un 4,5% aparece en conversión y el restante 2,1% en su primer año de prácticas. Destacan los frutos secos (24.830 has), los viñedos (10.440 has), los cereales (7.870 has), el olivar (3.040 has) y las hortalizas frescas (1.800 has). Hay más de 2.280 productores agrícolas ecológicos y apenas 1 ganadero y 2 mixtos. A éstos hay que añadir 200 elaboradores, 5 importadores y 36 comercializadores. Únicamente hay 3 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 2 son de caprino de leche (1.330 cabezas) y 1 de ovino de carne (180 cabezas). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son casi 270, mientras que las vinculadas con las producciones animales son 16. Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (151), las bodegas (40), las de elaboración de otros productos alimenticios (39) y las de elaboración de aceites (22). Dentro de las segundas, destacan 7 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos, 6 de elaboración de otros productos alimenticios de origen animal y 2 de elaboración de productos lácteos. ○

Toda la información sobre la agricultura ecológica ha sido facilitada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



MERCASA

Servicio público a la cadena alimentaria

Mercasa Paseo de La Habana, 180. 28036 Madrid
Tel.: 913 500 609. Fax: 913 504 790
mercasa@mercasa.es
www.mercasa.es

Alimentación en España 2013

Información por Comunidades



Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria de Andalucía alcanzó 7.426 millones de euros en 2012, con un mínimo incrementó del 0,1% con respecto a 2011.

La Producción Vegetal aumentó un 0,2%, mientras que la Animal lo hizo en un 6%. Así, la Producción de la rama agraria fue de 9.998 millones, un 1,2% más que la de 2011. Por sectores, las frutas y hortalizas sumaron más del 50% de la rama agraria, mientras que el aceite de oliva representó un 15%, con un descenso respecto a otros años de casi el 20%.

Por su parte, el sector ganadero generó un valor de 1.596 millones de euros (un 6% más), mientras que las producciones de bienes y servicios alcanzaron los 87 millones de euros (4% más) y las actividades secundarias no agrarias 175 millones de euros (3% más).

Las subvenciones recibidas en 2012 también crecieron un 3,4% hasta situarse en 1.788 millones de euros.

En la balanza comercial agroalimentaria resaltó el aumento de las exportaciones, con 3.964 millones de euros de saldo (634 millones más que un año antes). Las exportaciones crecieron un 7,4% hasta situarse en 6.991 millones.

Por valor exportado, Almería fue la primera provincia y por productos, las mayores ventas fueron de tomates, aceitunas y aceite de oliva; y respecto al empleo, según la Encuesta de Población Activa (EPA), el sector tuvo 203.650 ocupados, de media durante 2012, un 6% menos que en 2011.

PESCA

La flota pesquera andaluza está compuesta por 1.604 embarcaciones, el 15,9% del total español. Su arqueo bruto es de 44.575 toneladas (11,6% del total de la flota pesquera), con una potencia de 178.495 CV (15%) y una eslora promedio de 12,1 metros. La antigüedad media de esos barcos es de 26 años. La pesca artesanal representa el 43,1% de la flota, frente al 22,1% de las flotas de altura y gran altura. Hay 23 cofradías de pescadores. Las principales lonjas son las de Cádiz, donde se desembarca el 18% de todas las capturas, Isla Cristina, Punta Umbría, Caleta de Vélez y Puerto de Santa María. La principal especie capturada es la sardina (31% del total), seguida por la merluza negra y el boquerón. Las principales producciones acuícolas son la lubina (27,2 millones de euros) y la dorada (15,1 millones). La acuicultura andaluza ocupa a 830 personas. Las empresas transformadoras de pescado son algo menos de 100, con 1.900 trabajadores.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ANDALUCÍA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	487,9
CEBADA	144,4
MAÍZ	458
ARROZ CÁSCARA	353,8
GARBANZOS	7,6
GUISANTES SECOS	3,9
GIRASOL	167,8
REMOLACHA AZUCARERA	525
SANDÍAS	480,7
MELONES	209,5
FRESAS-FRESONES	281,6
MANZANAS MESA	9,1
PERAS	8,9
CEREZAS	5,8
MELOCOTONES	70
CIRUALES	37
UVAS DE MESA	16
NARANJAS	1.240
MANDARINAS	117
LIMONES	100
ALMENDRAS GRANO	7,1
PATATAS	321
TOMATES FRESCOS	1.595
LECHUGAS	295,4
PIMIENTOS FRESCOS	622,5
ALCACHOFAS	29,5
BERENJENAS	217
CALABACÍN	390
CEBOLLAS	152
PEPINOS	652,8
JUDÍAS VERDES	68,8
ZANAHORIAS	155
TOMATE CONSERVA	211,7
ACEITE DE OLIVA	462
ACEITUNA DE MESA	393
VINOS Y MOSTOS	900
CABAÑA BOVINA	535 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.934 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	2007 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	719,7 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	58 (miles de cabezas)
LECHE DE VACA	471,7 (Millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario andaluz en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma participa con el 22,8% del empleo (47.141 personas sobre un total de 206.961) y el 22,1% de las ventas netas de producto con cerca de 11.781 millones de euros sobre un total superior a 53.249 millones de euros. El consumo de materias primas en el sector asciende a 7.458 millones de euros y el número de empresas es de 5.373. La mayor facturación procede del subsector de grasas y aceites con cerca de 4.120 millones de euros, seguido de la industria cárnica con 1.493 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias con 13.129 personas, seguido a distancia de grasas y aceites (7.243). En cuanto a empresas, 4.453 cuentan con menos de 10 empleados, 794 tienen de 10 a 49, otras 106 empresas de 50 a 199, y 20 superan los 200 empleados.

Andalucía participa, sobre el total nacional, con el 13,29% de las ventas de la industria alimentaria, el 14,35% en consumo de materias primas, el 13,16% en número de personas ocupadas, y el 12,67% en inversión en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	627
Transformación de pescado	80
Conservas de frutas y hortalizas	339
Grasas y aceites (vegetales y animales)	767
Industrias lácteas	162
Productos molinería	61
Pan, pastelería y pastas alimenticias	2.418
Azúcar, chocolate y confitería	154
Otros productos diversos*	309
Productos alimentación animal	69
Vinos	339
Otras bebidas alcohólicas	10
Aguas y bebidas analcohólicas	38
Total Industria Alimentaria	**5.373**
Total Industria	**29.424**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**11.780.931**
Industrias cárnicas	1.493.163
Transformación de pescado	320.435
Conservas de frutas y hortalizas	822.146
Grasas y aceites (vegetales y animales)	4.120.089
Industrias lácteas	707.237
Productos molinería	565.857
Pan, pastelería y pastas alimenticias	738.691
Azúcar, chocolate y confitería	194.069
Otros productos diversos	391.124
Productos alimentación animal	549.922
Vinos	237.553
Cerveza y malta	542.798
Aguas y bebidas analcohólicas	859.790

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población –8.450.000 habitantes, un 17,9% sobre el total nacional– y la segunda en superficie, con 87.591 km², un 17,3% 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 a la media nacional.

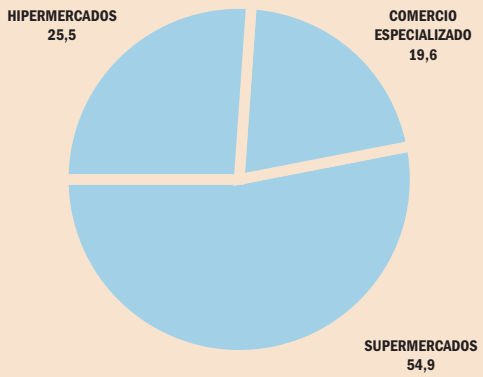
En Andalucía hay 40.017 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación, que ocupan 3.387.598 m2. Sevilla tiene el 23,0% de la superficie; Málaga, el 21,9%; Cádiz, el 14,6%; Córdoba, el 9,4%; Granada, el 8,9%; Jaén, el 7,7%; Almería, el 8,1%; y Huelva, el 6,3%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.083 supermercados y 83 hipermercados. Estos 4.166 establecimientos ocupan 2.310.840 m² y suponen una densidad comercial de 273,5 m² cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 2.756 licencias para comercio ambulante y mercadillos, un 15,3% 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

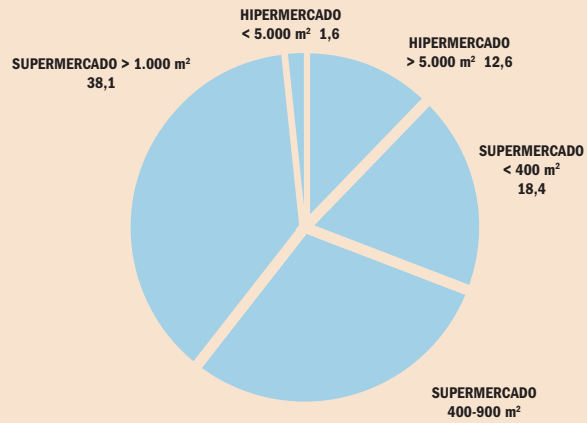
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	40.017	3.387.598	2.362	1.083	638	83	2.756
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	17,1	17,4	23,3	17,3	19,1	17,4	15,3

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN ANDALUCÍA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ANDALUCÍA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.307,6 euros (un 10,9% inferior a la media nacional). Carne (21,4%), pescado (12,8%), derivados lácteos (8,9%), frutas frescas (8,6%), hortalizas frescas (6,6%), pan (6,3%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

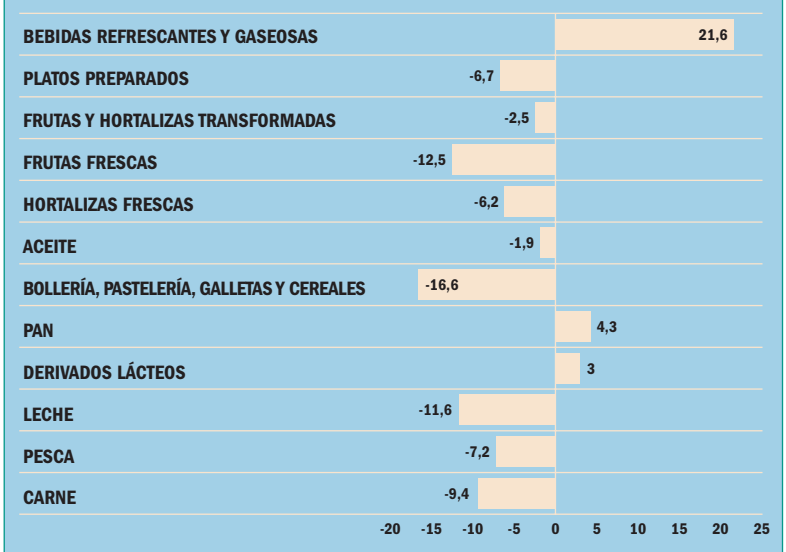


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,4	1,3	-6,6
CARNE	280,0	21,4	-15,8
PESCA	167,8	12,8	-12,7
LECHE	44,3	3,4	-13,3
DERIVADOS LÁCTEOS	116,0	8,9	-6,6
PAN	82,0	6,3	-2,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	49,5	3,8	-16,2
CHOCOLATES Y CACAOS	20,3	1,6	-11,3
ACEITE	26,4	2,0	-4,5
VINO	14,6	1,1	-24,6
CERVEZAS	24,9	1,9	21,5
ZUMO Y NÉCTAR	9,2	0,7	-6,0
PATATAS	21,3	1,6	-1,5
HORTALIZAS FRESCAS	86,9	6,6	-12,1
FRUTAS FRESCAS	112,4	8,6	-16,7
FRUTOS SECOS	13,9	1,1	-16,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,1	1,9	-8,2
PLATOS PREPARADOS	45,3	3,5	-7,3
CAFÉS E INFUSIONES	19,3	1,5	-16,2
AGUA MINERAL	9,7	0,7	-10,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	39,8	3,0	12,2
OTROS PRODUCTOS	81,3	6,2	-7,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.307,6**	**100,0**	**-10,9**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en cervezas (21,5%), y bebidas refrescantes y gaseosas (12,2%), mientras

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
10 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	13 kilos de frutas frescas
5 litros de cerveza	8 litros de leche
2 kilos de pan	6 litros de leche desnatada
1 litro de batidos de leche	5 kilos de carne fresca
1 litro de zumo y néctar	4 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de derivados lácteos	3 litros de leche semidesnatada
1 kilo de carnes transformadas	2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales
1 kilo de patatas	2 kilos de pescado fresco
1 litro de leche entera	2 kilos de carne certificada
1 kilo de margarina	2 kilos de carne de vacuno
1 kilo de carne de pollo	1 kilo de carne de cerdo
1 kilo de pescado congelado	1 kilo de queso

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

que, por el contrario, gastan menos en vino (-24,6%), frutas frescas (-16,7%), frutos secos (-16,7%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (-16,2%).

En términos medios, durante el año 2012, cada andaluz consumió 126 huevos, 47,9 kilos de carne, 24,5 kilos de pescado, 65,4 litros de leche, 36,2 kilos de derivados lácteos, 37,4 kilos de pan, 12,7 litros de aceite, 22,6 litros de cerveza, 58,7 kilos de hortalizas frescas, 90,8 kilos de frutas frescas, 11,3 kilos de platos preparados, 50,1 litros de agua embotellada y 55,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Andalucía se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (21,6%), pan (4,3%), y derivados lácteos (3%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bollería, pastelería, galletas y cereales (-16,6%), frutas frescas (-12,5%), leche (-11,6%), carne (-9,4%) y pescado (-7,2%).



Hostelería y Restauración

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 45.009 licencias para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país –un 16,7%–; en su distribución destacan Málaga (24,7% del total regional), Sevilla (19,8%) y Cádiz (15,5%). 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

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ANDALUCÍA	45.009	8.429	1.487	33.644	2.595	242.323
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	16,7	12,9	8,4	18,1	23,3	16,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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
- JAÉN SIERRA SUR
- 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

- JAMÓN DE HUELVA **/✪
- LOS PEDROCHES ✪
- GUIJUELO **/✪

FRUTAS

- CHIRIMOYA DE LA COSTA ✪
- TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA ✪

QUESOS

- QUESOS SIERRA DE CÁDIZ Y RONDA *

FRUTOS SECOS

- PASAS DE MÁLAGA ****

LEGUMBRES

- GARBANZO DE ESCACENA *

MIEL

- MIEL DE GRANADA ✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ACEITES

- ACEITE DE JAÉN *

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

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA



La Renta Agraria en Aragón ascendió en 2012 a 1.542 millones de euros, tras aumentar un 2,3% respecto a 2011, debido principalmente a la positiva evolución de los precios de las producciones agrícolas y ganaderas.

El valor de la Producción Final Agraria fue de 3.436 millones de euros (un 5,8%), de los que 1.213 millones correspondieron a la Producción Vegetal) y 2.121 millones a la Producción Ganadera (un 14% más)

En 2012 se observó también un crecimiento en los servicios y actividades del sector (4,5% hasta 102 millones de euros), al tiempo que las subvenciones aumentaban un 2% hasta situarse en 432 millones de euros. Los gastos externos se situaron en 2.160 millones de euros, un 17% más que en 2011. El grueso de los gastos externos correspondió al sector ganadero.

La producción agrícola se redujo un 12,7% debido a la sequía, con los cereales como productos más afectados. También descendieron las producciones de alfalfa (11%), olivar (40%) y manzana (24%). La producción regional de vino y mosto se situó cerca del millón de hectolitros, de los que más del 80% fueron vinos amparados por denominación de origen.

El descenso en agricultura se vio paliado por el sector ganadero, que representa casi el 57% de la producción final agraria.

En 2012 se registró un incremento de la producción final del sector como consecuencia del balance positivo en subsectores como huevos (con un aumento del 37%) y vacuno de carne, que creció un 13,4%.

La producción de leche de vaca en la campaña 2012/13 quedó en 120,5 millones de litros y hubo reducciones en las cabañas de ovino, caprino y porcino.

En cuanto al empleo, el año terminó con un media de 31.325 ocupados dentro del sector agrario, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), un 2% menos que en 2011.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ARAGÓN

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	461,8
CEBADA	784,1
MAÍZ	684
ARROZ CÁSCARA	37,5
ALFALFA	5.296
GIRASOL	18,4
ALBARICOQUES	9,9
MANZANAS MESA	54,4
PERAS	60,3
CEREZAS	20,6
MELOCOTONES	200
ALMENDRAS GRANO	6,3
PATATAS	6
TOMATES FRESCOS	54,2
PIMIENTOS FRESCOS	2,5
CEBOLLAS	20,4
PUERROS	2,5
ESPINACAS	1,4
ACEITE DE OLIVA	7,1
VINOS Y MOSTOS	1.000,4 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	295,5 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	9.783 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	1.906 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	61 (miles de cabezas)
CONEJOS	509 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	120,5 (Millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



Industria Alimentaria

El sector alimentario de Aragón, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 11,7% del empleo (10.503 personas sobre un total de 89.486) y el 14,7% de las ventas netas de producto con más de 2.986 millones de euros sobre un total superior a 20.345 millones de euros.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 2.022 millones de euros y el número de empresas alcanza las 1.030. La mayor facturación procede del subsector de alimentación animal con cerca de 950 millones de euros, seguido de industrias cárnicas con 704 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industria cárnica con 2.619 personas, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (1.984). En cuanto a empresas, 815 cuentan con menos de 10 empleados, 180 tienen de 10 a 49, otras 33 empresas de 50 a 199, y 2 superan los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Aragón participa, sobre el total nacional, con el 3,37% de las ventas de la industria alimentaria, el 3,89% en consumo de materias primas, el 2,93% en número de personas ocupadas, y el 4,43% en inversión en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	147
Transformación de pescado	12
Conservas de frutas y hortalizas	49
Grasas y aceites (vegetales y animales)	71
Industrias lácteas	43
Productos molinería	30
Pan, pastelería y pastas alimenticias	369
Azúcar, chocolate y confitería	29
Otros productos diversos*	48
Productos alimentación animal	75
Vinos	135
Otras bebidas alcohólicas	9
Aguas y bebidas analcohólicas	13
Total Industria Alimentaria	**1.030**
Total Industria	**7.109**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**2.986.714**
Industrias cárnicas	704.484
Transformación de pescado	31.209
Conservas de frutas y hortalizas	110.497
Grasas y aceites (vegetales y animales)	26.328
Industrias lácteas	31.288
Productos molinería	390.238
Pan, pastelería y pastas alimenticias	186.832
Azúcar, chocolate y confitería	41.389
Otros productos diversos	153.275
Productos alimentación animal	950.162
Vinos	235.816
Aguas y bebidas analcohólicas	58.130

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Aragón cuenta con 1.349.500 habitantes y 47.703 km² de extensión, casi un 3% de la población y cerca del 9,5% del territorio sobre el total nacional. Zaragoza concentra en torno al 72,5% de los habitantes de la región. El poder de compra de los aragoneses, en función del poder de compra, es superior a la media nacional.

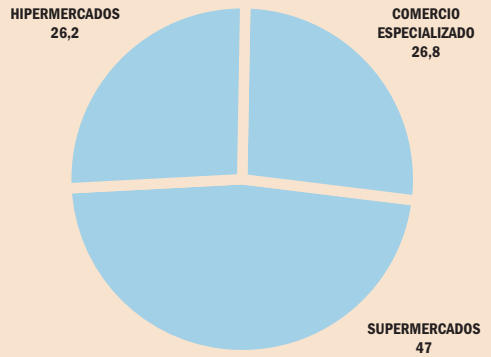
En esta comunidad autónoma hay 7.971 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación, que ocupan 549.364 m². Zaragoza tiene un 68,0% de las licencias y un 69,4% de la superficie; Huesca, un 19,7% de las licencias y un 19,6% de la superficie; y Teruel, un 12,4% de las licencias y un 11,0% de la superficie. En el conjunto de la comunidad hay instalados 20 hipermercados –un 4,2% del total nacional– mientras que los supermercados suman 622, un 3,2% sobre el total nacional. Los establecimientos de libreservicio ocupan 365.246 m² y la densidad comercial alcanza casi los 270,7 m² cada 1.000 habitantes, por encima de la media nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ARAGÓN

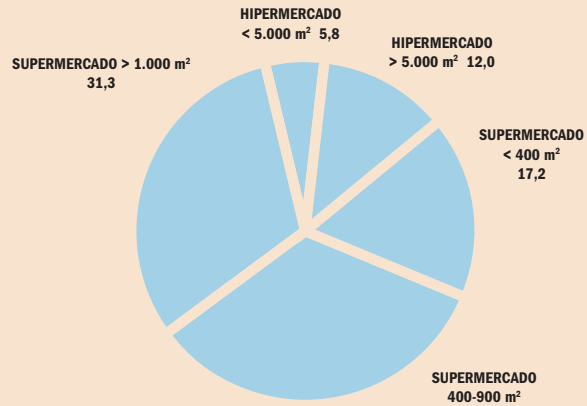
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	7.971	549.364	351	187	84	20	236
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	3,4	2,8	3,5	3,0	2,5	4,2	1,3

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN ARAGÓN (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ARAGÓN (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.548,5 euros (un 5,5% superior a la media nacional). Carne (25,5%), pescado (13,1%), frutas frescas (9,1%), hortalizas frescas (8,4%), derivados lácteos (7,1%), pan (5,6%), bollería, pastelería, galletas y cereales (3,6%) y leche (3,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

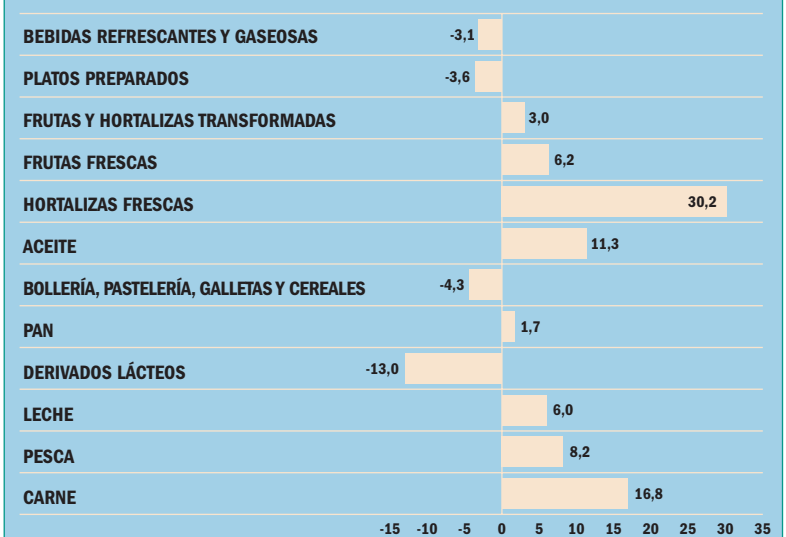


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,3	1,2	-1,8
CARNE	394,1	25,5	18,4
PESCA	202,7	13,1	5,5
LECHE	53,3	3,4	4,3
DERIVADOS LÁCTEOS	110,5	7,1	-11,0
PAN	86,2	5,6	2,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	56,3	3,6	-4,7
CHOCOLATES Y CACAOS	23,5	1,5	3,0
ACEITE	30,3	2,0	9,5
VINO	16,1	1,0	-17,1
CERVEZAS	16,7	1,1	-18,9
ZUMO Y NÉCTAR	8,2	0,5	-16,5
PATATAS	20,8	1,3	-3,8
HORTALIZAS FRESCAS	129,6	8,4	31,2
FRUTAS FRESCAS	140,4	9,1	4,1
FRUTOS SECOS	15,8	1,0	-5,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,2	1,8	-0,6
PLATOS PREPARADOS	47,2	3,0	-3,6
CAFÉS E INFUSIONES	23,9	1,5	3,8
AGUA MINERAL	8,4	0,5	-22,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	33,8	2,2	-4,7
OTROS PRODUCTOS	85,2	5,5	-3,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.548,5**	**100,0**	**5,5**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
19 kilos de hortalizas frescas	6 litros de agua mineral
8 kilos de carne fresca	5 kilos de derivados lácteos
6 kilos de frutas frescas	4 litros de cerveza
5 litros de leche	2 litros de zumo y néctar
3 kilos de carne de ovino/caprino	2 litros de leche desnatada
2 kilos de carne de cerdo	2 kilos de yogurt
2 litros de aceite	1 litro de gaseosas y bebidas refrescantes
2 kilos de carne de pollo	1 kilo de queso
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de arroz
1 kilo de pan	1 litro de vinos con denominación de origen
1 kilo de pescado fresco	1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales
1 kilo de legumbres	1 kilo de carne de vacuno

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (31,2%), carne (18,4%), aceite (9,5%) y pescado (5,5%) mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-22%), cervezas (-18,9%), vino (-17,1%) y zumo y néctar (-16,5%).

En términos medios, durante el año 2012, cada aragonés consumió 140 huevos, 61,8 kilos de carne, 28,5 kilos de pescado, 78,3 litros de leche, 30,6 kilos de derivados lácteos, 36,5 kilos de pan, 14,4 litros de aceite, 13,4 litros de cerveza, 81,1 kilos de hortalizas frescas, 110,2 kilos de frutas frescas, 11,6 kilos de platos preparados, 45,2 litros de agua embotellada y 44,5 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 (30,2%), carne (16,8%), aceite (11,3%), pescado (8,2%) y frutas frescas (6,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en derivados lácteos (-13%), bollería, pastelería, galletas y cereales (-4,3%), platos preparados (-3,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-3,1%). ○



Hostelería y Restauración

Las licencias relacionadas con actividades de restauración y bares se cifran en 7.652 –cerca de un 3% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 67,4% para Zaragoza, un 21,8% para Huesca y un 10,8% para Teruel. En cuanto al equipamiento en restaurantes, cafeterías, bares y hoteles, Aragón ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ARAGÓN

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ARAGÓN	7.652	1.544	563	5.369	186	38.281
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,8	2,4	3,2	2,9	1,7	2,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- CALATAYUD ✪
- CAMPO DE BORJA ✪
- CARIÑENA ✪
- SOMONTANO ✪
- CAVA **/ ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMONES

- JAMÓN 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 CCAA*
✪ 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

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 DE CAÑADA Y PINTERA

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 valor de la Producción Final Agraria asturiana ascendió en 2012 a 399 millones de euros, de los que 368 correspondieron a la Producción Final Ganadera y 53 a la Producción Final Vegetal. El resto lo aportaron las actividades no agrarias y la producción de servicios a la rama agraria, que es cada año mayor en el Principado de Asturias.

Aunque las diferencias se van acortando de año en año, el peso económico del sector ganadero en la producción final agraria asturiana sigue siendo superior al agrícola.

Añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones, se obtiene un valor añadido neto, que restado a su vez de la producción de la rama agraria arroja como resultado 209 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional.

Asturias volvió a situarse en 2012 como la cuarta región productora de leche de vaca de España, con una producción del Principado de 533.000 toneladas ajustadas a materia grasa, ligeramente por debajo del de campaña anterior.

El censo de ganado vacuno (carne y leche) se situó en 372.500 animales y la cabaña de ovino-caprino-caprino se redujo de nuevo.

En cuanto al sector agrícola, el balance fue negativo. Tras la espectacular campaña de 2011, bajó la producción de manzana para sidra, pomarada, que quedó finalmente en unas 7.000 toneladas (32.000 toneladas en 2011). También se refujo la producción de forrajes (como el maíz) y de faba asturiana (45% menos que en 2011). En cuanto al vino, la producción en la campaña 2012/13 se situó en 1.400 hectolitros.

La Encuesta de Población Activa (EPA) indica que en Asturias había como media un total de 16.525 ocupados en el sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca), al acabar 2012, un 3% más que en 2011.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ASTURIAS

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
ALUBIAS (FABES)	1
KIWI	2,3
MANZANA DE MESA	1,5
MANZANA DE SIDRA	7
PATATAS	30,8
MAÍZ FORRAJERO	425
VINOS Y MOSTOS	1,4 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	372,5 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	78,7 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	62 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	32 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	533 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



PESCA

En Asturias están en actividad 304 barcos pesqueros (3% del total nacional), con un arqueo de 7.208 toneladas (1,9%), una potencia de 27.637 CV (2,3%) y una eslora de 11,3 metros. La antigüedad media de esta flota es de 20 años. Alrededor del 80% de las embarcaciones son de bajura. En esta comunidad autónoma están activas 18 cofradías pesqueras. Las principales capturas son las caballas, anchoas, sardinas, bonitos, merluzas y calamares. Las capturas de cefalópodos han descendido en un 50% durante los últimos 5 años. La principal producción acuícola es la trucha arco iris, con 2,9 millones de euros. Apenas trabajan en la acuicultura asturiana 77 personas. La industria transformadora no es muy importante, ya que sólo se encuentran en actividad 20 empresas, varias de ellas de muy pequeñas dimensiones, con una plantilla conjunta de 200 trabajadores.

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Asturias en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma participa con el 14,2% del empleo (7.673 personas sobre un total de 54.019) y el 18,5% de las ventas netas de producto con más de 1.995 millones de euros sobre un total cercano a 10.795 millones de euros. El consumo de materias primas en el sector asciende a 1.164 millones de euros y el número de empresas es de 680. La mayor facturación procede del subsector de industrias lácteas con cerca de 1.307 millones de euros, seguido a larga distancia de industrias cárnicas con 149 millones de euros. En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industrias lácteas con 2.592 personas, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (1.693). En cuanto a empresas, 551 cuentan con menos de 10 empleados, 111 tienen de 10 a 49, otras 16 empresas de 50 a 199, y 2 superan los 200 empleados. La comunidad autónoma de Asturias participa, sobre el total nacional, con el 2,25% de las ventas de la industria alimentaria, el 2,24% en consumo de materias primas, el 2,14% en número de personas ocupadas, y el 1,74% en inversión en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ASTURIAS

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnica	96
Transformación de pescado	17
Conservas de frutas y hortalizas	13
Grasas y aceites (vegetales y animales)	2
Industrias lácteas	100
Productos molinería	15
Pan, pastelería y pastas alimenticias	265
Azúcar, chocolate y confitería	31
Otros productos diversos*	25
Productos alimentación animal	14
Vinos	12
Otras bebidas alcohólicas	82
Aguas y bebidas analcohólicas	8
Total Industria Alimentaria	**680**
Total Industria	**3.855**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ASTURIAS (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**1.995.926**
Industrias cárnicas	148.765
Transformación de pescado	14.832
Conservas de frutas y hortalizas	703
Industrias lácteas	1.307.228
Pan pastelería y pastas alimenticias	83.734
Azúcar, chocolate y confitería	30.267
Otros productos diversos	136.179
Productos alimentación animal	103.603
Vinos	2.868
Otras bebidas alcohólicas	1.500
Elaboración de sidra y otras bebidas fermentadas a partir de frutas	52.933
Aguas y bebidas analcohólicas	84.087

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Asturias tiene 1.077.500 habitantes y 10.604 km² de extensión, lo que representa un 2,3% 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, ligeramente inferior a la media nacional.

Asturias cuenta con 7.304 actividades comerciales especializadas en alimentación que ocupan 541.321 m². Además, se contabilizan 458 supermercados y 12 hipermercados que alcanzan conjuntamente 397.960 m². La densidad comercial para este conjunto de establecimientos se sitúa en 369,4 m² cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 397 licencias para la venta ambulante o en mercadillos, un 2,2% sobre el total nacional.

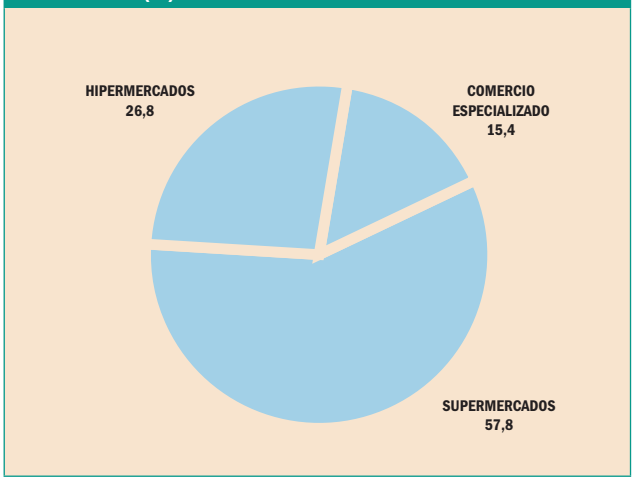


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ASTURIAS

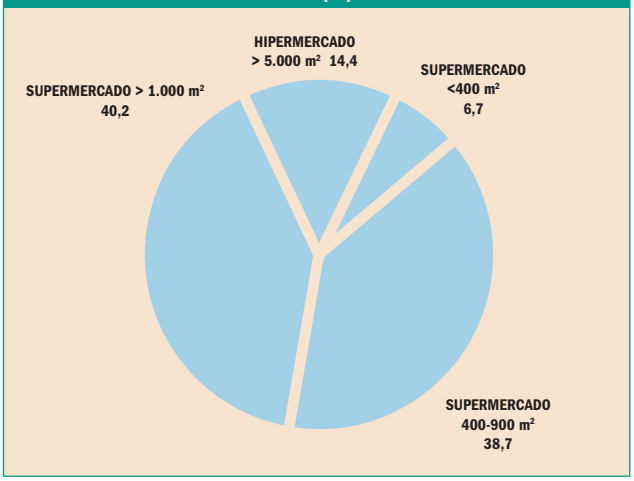
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	7.304	541.321	107	236	115	12	397
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	3,1	2,8	1,1	3,8	3,4	2,5	2,2

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN ASTURIAS (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ASTURIAS (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.



Consumo alimentario

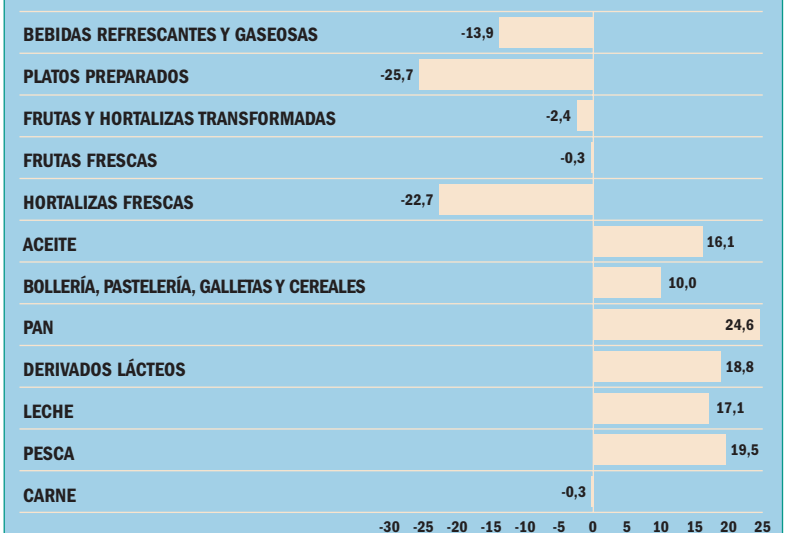
Durante el año 2012, Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.550,5 euros (un 5,6% superior a la media nacional). Carne (22,9%), pescado (14,8%), derivados lácteos (9,4%), frutas frescas (9,1%), pan (6,5%), hortalizas frescas (5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,4	1,3	4,3
CARNE	354,7	22,9	6,6
PESCA	229,1	14,8	19,2
LECHE	59,7	3,8	16,6
DERIVADOS LÁCTEOS	145,8	9,4	17,4
PAN	101,5	6,5	20,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	62,4	4,0	5,6
CHOCOLATES Y CACAOS	26,9	1,7	17,7
ACEITE	32,6	2,1	17,7
VINO	25,9	1,7	33,6
CERVEZAS	10,7	0,7	-47,7
ZUMO Y NÉCTAR	7,2	0,5	-26,0
PATATAS	23,8	1,5	10,1
HORTALIZAS FRESCAS	78,3	5,0	-20,7
FRUTAS FRESCAS	141,4	9,1	4,8
FRUTOS SECOS	16,8	1,1	0,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,2	1,9	6,7
PLATOS PREPARADOS	35,0	2,3	-28,4
CAFÉS E INFUSIONES	24,6	1,6	6,9
AGUA MINERAL	10,9	0,7	1,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,3	1,8	-20,0
OTROS PRODUCTOS	86,3	5,6	-1,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.550,5**	**100,0**	**5,6**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
13 litros de leche	14 kilos de hortalizas frescas
9 kilos de pan	10 litros de agua mineral
7 kilos de derivados lácteos	10 litros de cerveza
6 litros de leche desnatada	6 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
6 kilos de patatas	3 litros de zumo y néctar
4 kilos de pescado fresco	3 kilos de platos preparados
4 kilos de yogurt	1 litro de batidos de leche
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de carne de ovino/caprino
2 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de pastas alimenticias
2 kilos de azúcar	1 kilo de pan industrial
2 litros de aceite de oliva	1 kilo de carne congelada
1 litro de vinos de mesa	1 kilo de helados y tartas

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vino (33,6%), pan (20,2%), pescado (19,2%) y aceite (17,7%) mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-47,7%), platos preparados (-28,4%), zumo y néctar (-26%), y hortalizas frescas (-20,7%).

En términos medios, durante el año 2012, cada asturiano consumió 137 huevos, 52,7 kilos de carne, 31,5 kilos de pescado, 86,5 litros de leche, 41,8 kilos de derivados lácteos, 44,7 kilos de pan, 15 litros de aceite, 7,8 litros de cerveza, 48,1 kilos de hortalizas frescas, 103,5 kilos de frutas frescas, 9 kilos de platos preparados, 41,5 litros de agua embotellada y 39,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Asturias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pan (24,6%), pescado (19,5%), derivados lácteos (18,8%), leche (17,1%), y aceite (16,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-25,7%), hortalizas frescas (-22,7%), bebidas refrescantes y gaseosas (-13,9%), y frutas y hortalizas transformadas (-2,4%).



Hostelería y Restauración

Por su parte, las licencias relacionadas con actividades de restauración y bares se cifran en 8.008, lo que supone un 3% 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

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	8.008	1.293	545	5.724	148	24.486
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	3,0	2,0	3,1	3,1	1,3	1,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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 ✪

HARINAS

- ESCANDA DE ASTURIAS *

VINO

- CANGAS *



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESOS

- QUESO LOS BEYOS **/✪

CARNES

- TERNERA ASTURIANA ✪

EMBUTIDOS

- CHOSCO DE TINEO ✪

LEGUMBRES

- FABA ASTURIANA ✪











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 de Canarias en 2012 alcanzó un valor estimado de 1.019 millones de euros a precios corrientes, de los que del subsector agrícola ascendía a 756 millones de euros, mientras que la aportación del subsector ganadero se situaba en 208 millones de euros. Con estas cifras, una vez descontados los insumos y sumadas las subvenciones, se estima una renta agraria de 681 millones de euros. Los consumos intermedios (semillas, fitosanitarios, gastos veterinarios, etc.) se incrementaron en 2012 hasta situarse en 295 millones de euros.

En 2012, la producción de plátanos tuvo un saldo positivo (4% respecto al año anterior), con cerca de 364.000 toneladas. Asimismo, las producciones de tomate fueron superiores en cantidad y lo mismo sucedió con otras hortalizas como el pimiento, la fresa o el puerro. Por su parte, la producción de papa fue inferior a la del año anterior (-15%), pero los precios resultaron superiores.

Las flores y plantas, una de las producciones emblemáticas de las islas, también sufrieron una caída de precios importante, lo que hizo que bajara su aportación a la producción final.

La producción en la campaña 2012 se situó en 78.400 hectolitros, muy por debajo de la campaña anterior. Casi un 80% fueron vinos con marca de calidad diferenciada.

Las producciones ganaderas de Canarias bajaron como consecuencia de una reducción de los censos, especialmente en porcino y caprino. La producción de leche (vaca y cabra principalmente) generó un valor próximo a los 75 millones de euros y la producción de huevos sumó más de 40 millones de euros a la producción ganadera final.

La ocupación media durante 2012 en el sector primario ascendió en Canarias a 21.250 personas, según los datos de la Encuesta de Población Activa, un 2% menos que al finalizar el año anterior.

PESCA

En las islas Canarias aparecen activas 858 embarcaciones pesqueras, lo que representa el 8,5% del total español. Su arqueo total es de 22.020 toneladas (5,7%) y su potencia llega hasta 72.710 CV (6,1%). La eslora promedio es de 9,6 metros, con una antigüedad media de 38 años, la mayor de toda España. Existen 26 cofradías de pescadores. Los principales puertos pesqueros son los de Puerto de la Luz en Gran Canaria; Arrecife, en Lanzarote; Morrojable, en Fuerteventura; San Andrés, en Tenerife; Santa Cruz, en La Palma; Playa Santiago, en Gomera, y La Restinga, en El Hierro. La pesca artesanal de bajura representa más del 90% de todo este sector. Los cefalópodos y las especies demersales son las capturas más importantes seguidas por los túnidos. Hay 14 empresas transformadoras de pescado. Las principales producciones acuícolas son las de lubina (20,5 millones de euros) y dorada (10,4 millones de euros). Trabajan en este sector unas 180 personas.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANARIAS

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
PLÁTANOS	364
PEPINOS	28
PATATAS	68,3
TOMATE FRESCO	126
CEBOLLAS	8,7
VINOS Y MOSTOS	78,4
CABAÑA BOVINA	18,3 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	80 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	294 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	59 (miles de cabezas)
CABRAS LECHERAS	190 (miles de cabezas)
LECHE DE VACA 11/12	40 (Miles de cabezas)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



Industria Alimentaria

El sector alimentario de Canarias, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 28,6% del empleo (9.870 personas sobre un total de 34.543) y el 18,9% de las ventas netas de producto, con más de 1.275 millones de euros sobre un total próximo a 6.742 millones de euros.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 555 millones de euros y el número de empresas es de 936. La mayor facturación procede del subsector de aguas minerales y bebidas analcohólicas con cerca de 278 millones de euros, seguido de industrias lácteas con 225 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias con 3.863 personas, seguido a distancia de industrias lácteas (1.624). En cuanto a empresas, 774 cuentan con menos de 10 empleados, 128 tienen de 10 a 49, otras 27 empresas de 50 a 199, y 7 superan los 200 empleados.

Canarias participa, sobre el total nacional, con el 1,44% de las ventas de la industria alimentaria, el 1,06% en consumo de materias primas, el 2,75% en número de personas ocupadas, y el 2,51% en inversión en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	48
Transformación de pescado	9
Conservas de frutas y hortalizas	31
Grasas y aceites (vegetales y animales)	4
Industrias lácteas	125
Productos molinería	47
Pan, pastelería y pastas alimenticias	417
Azúcar, chocolate y confitería	28
Otros productos diversos*	72
Productos alimentación animal	13
Vinos	101
Otras bebidas alcohólicas	17
Aguas y bebidas analcohólicas	24
Total Industria Alimentaria	**936**
Total Industria	**5.440**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**1.275.771**
Industrias cárnicas	117.760
Transformación de pescado	18.890
Conservas de frutas y hortalizas	39.017
Industrias lácteas	225.019
Pan, pastelería y pastas alimenticias	200.822
Azúcar, chocolate y confitería	7.187
Otros productos diversos	76.547
Productos alimentación animal	87.119
Otras bebidas alcohólicas	35.729
Aguas y bebidas analcohólicas	277.753

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Canarias tiene 2.118.500 habitantes y una extensión de 7.450 km², un 4,5% y un 1,5% sobre el total nacional, respectivamente. Las pernoctaciones anuales alcanzan 164 millones (un 57,2% en Las Palmas y un 42,8% en Santa Cruz de Tenerife). Comparando con los niveles nacionales, los consumidores canarios cuentan con un poder de compra inferior a la media nacional.

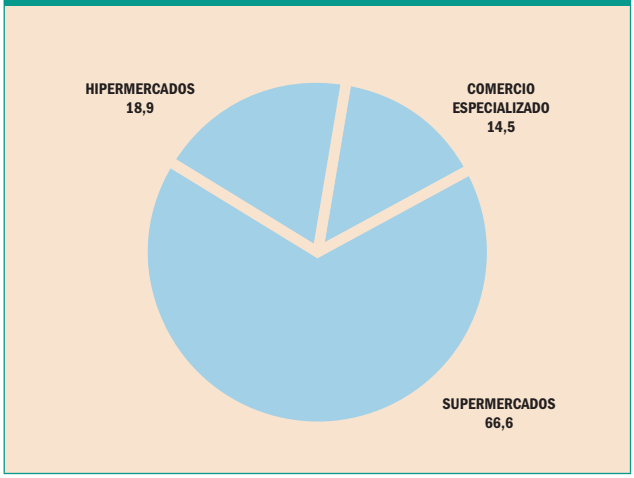
En Canarias se cuantifican 8.951 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación, que ocupan 936.155 m². Las Palmas tiene el 64,6% de las licencias y el 54,5% de la superficie, mientras que Santa Cruz de Tenerife incluye el 35,4% de las licencias y el 45,5% de la superficie. Hay instalados 921 supermercados y 33 hipermercados; estos 954 establecimientos ocupan 579.780 m² y suponen una densidad comercial de 273,7 m² cada 1.000 habitantes. Las licencias para venta ambulante y mercadillos se cifran en 1.586, un 8,8% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANARIAS

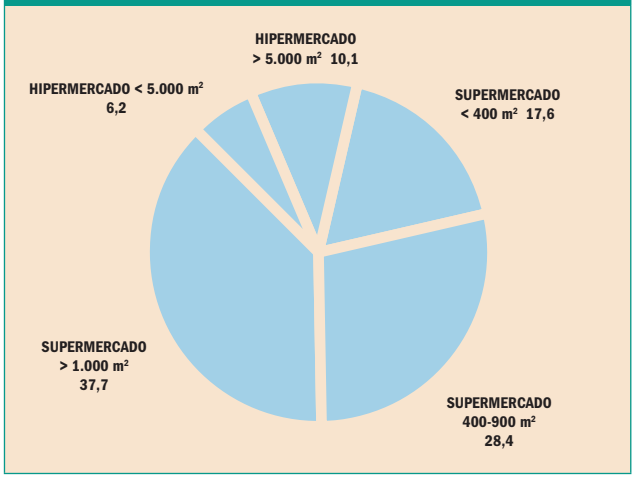
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	8.951	936.155	487	275	159	33	1.586
CANARIAS/ESPAÑA (%)	3,8	4,8	4,8	4,4	4,8	6,9	8,8

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN CANARIAS (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANARIAS (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.344,2 euros (un 8,4% inferior a la media nacional). Carne (20,1%), derivados lácteos (11,6%), pescado (9,5%), frutas frescas (8,7%), hortalizas frescas (6,1%), pan (5,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

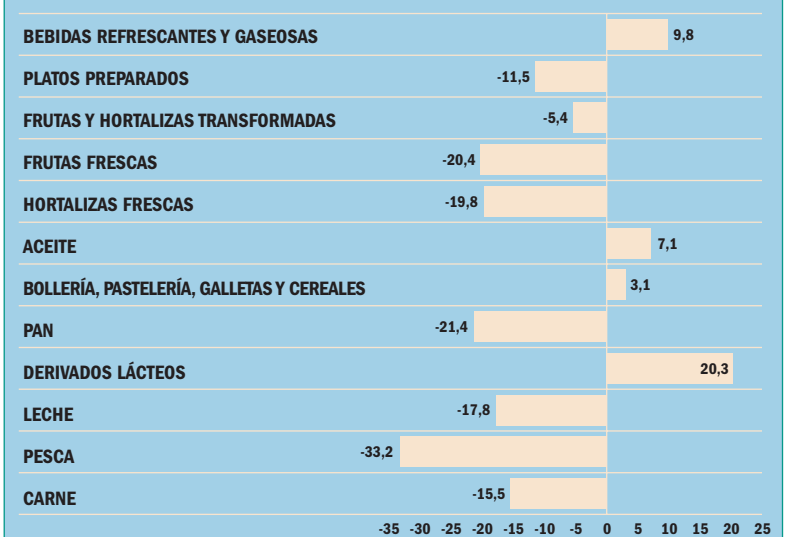


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,0	1,4	2,2
CARNE	269,9	20,1	-18,9
PESCA	127,1	9,5	-33,9
LECHE	41,7	3,1	-18,4
DERIVADOS LÁCTEOS	156,3	11,6	25,8
PAN	68,9	5,1	-18,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,4	4,5	2,2
CHOCOLATES Y CACAOS	26,7	2,0	16,9
ACEITE	27,8	2,1	0,4
VINO	17,8	1,3	-8,3
CERVEZAS	16,9	1,3	-17,5
ZUMO Y NÉCTAR	16,6	1,2	70,0
PATATAS	28,6	2,1	31,8
HORTALIZAS FRESCAS	82,5	6,1	-16,5
FRUTAS FRESCAS	116,5	8,7	-13,6
FRUTOS SECOS	16,5	1,2	-1,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,9	2,1	1,8
PLATOS PREPARADOS	40,5	3,0	-17,1
CAFÉS E INFUSIONES	23,7	1,8	3,0
AGUA MINERAL	24,3	1,8	126,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	37,1	2,8	4,7
OTROS PRODUCTOS	97,5	7,3	10,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.344,2**	**100,0**	**-8,4**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
62 litros de agua mineral	21 kilos de frutas frescas
9 litros de zumo y néctar	13 litros de leche
8 kilos de carne congelada	12 kilos de hortalizas frescas
7 kilos de derivados lácteos	8 kilos de pan
5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	7 kilos de carne de pollo
3 kilos de patatas	6 kilos de pescado fresco
3 kilos de queso	5 kilos de carne de cerdo
2 kilos de azúcar	4 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos
2 kilos de yogurt	2 litros de cerveza
1 kilo de café e infusiones	2 litros de vinos de mesa
1 kilo de chocolates y cacaos	2 kilos de carne de ovino/caprino
1 litro de aceite de oliva	1 kilo de platos preparados

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Canarias cuentan con un gasto superior en agua mineral (126,2%), zumo y néctar (70%), patatas (31,8%), y derivados lácteos (25,8%) y mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-33,9%), carne (-18,9%), pan (-18,5%) y leche (-18,4%).

En términos medios, durante el año 2012, cada canario consumió 114 huevos, 44,7 kilos de carne, 17,6 kilos de pescado, 60,7 litros de leche, 42,3 kilos de derivados lácteos, 28,2 kilos de pan, 13,9 litros de aceite, 15,8 litros de cerveza, 50 kilos de hortalizas frescas, 82,7 kilos de frutas frescas, 10,7 kilos de platos preparados, 113,2 litros de agua embotellada y 50,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Canarias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de derivados lácteos (20,3%), bebidas refrescantes y gaseosas (9,8%), aceite (7,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-33,2%), pan (-21,4%), frutas frescas (-20,4%), hortalizas frescas (-19,8%) y leche (-18,5%). ○



Hostelería y Restauración

Canarias cuenta con 14.290 licencias para actividades de restauración y bares, llegando al 5,3% sobre el conjunto de España. El equipamiento en restaurantes, cafeterías y hoteles es elevado en comparación con la media nacional (el tercero mayor en plazas hoteleras, el primero en cafeterías y el quinto mayor en restaurantes y comedores colectivos). ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANARIAS

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANARIAS	14.290	5.966	4.543	7.532	489	225.571
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,3	9,2	25,7	4,0	4,4	15,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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 ✪



DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- RONMIEL DE CANARIAS ✪

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANARIAS ✪

MARCA DE CALIDAD

- VINO DE CALIDAD DE LAS ISLAS CANRIAS ✪

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 LANZAROTE *



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HARINAS Y PANES

- GOFIO CANARIO ***

FRUTAS Y HORTALIZAS

- PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS ✪
- PLÁTANO DE CANARIAS ****

MIEL

- MIEL DE TENERIFE ****





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

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la producción de la Rama Agraria de Cantabria, en precios básicos, fue en 2012 de 583 millones de euros, de los que 483 millones procedieron de la Producción Ganadera y 98 millones de euros de la Producción Vegetal. El resto correspondía al valor de otras producciones (forestal, etc.) y servicios agrícolas.

Si del valor de la Rama Agraria 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 se aproximó a 157 millones de euros a precios básicos.

La evolución del sector ganadero estuvo en 2012 marcada por la positiva evolución de los precios de las carnes y de la leche de vaca, así como también por el aumento de los precios, especialmente de vacuno, porcino y aves.

La producción de leche de vaca en Cantabria ascendió en la campaña 2011/2012 a 425.800 toneladas, sin corrección de materia grasa, un volumen ligeramente inferior al producido en la campaña anterior. Cantabria es la quinta región española en producción de leche de vaca y en los últimos años ha visto reducida su cabaña de vacas lecheras (71.000 vacas en en 2012 frente a 73.000 en 2011).

En agricultura destacaron las buenas cosechas de cultivos forrajeros destinados a la alimentación animal, así como también de los cereales y la patata.

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), el año 2012 terminó en Cantabria con una media de 7.625 ocupados en el sector primario, un 11% mas que el año anterior.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANTABRIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
PATATAS	9,7
MAIZ FORRAJERO	51
ALFALFA	4,3
VINOS Y MOSTOS	1 (miles de hl)
CONEJOS	51 (miles de cabezas)
CABAÑA BOVINA	262 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	70,6 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	57 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	425,8 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



PESCA

La flota pesquera de Cantabria está compuesta por 139 barcos (1,4% del total), lo que la convierte en la de menos número de toda España. Su arqueo total es de 8.503 toneladas (2,2%), con una potencia de 28.393 CV (2,4%) y una eslora promedio de 18 metros. La antigüedad promedio de esta flota es de 18 años. Hay 8 puertos pesqueros en Cantabria, destacando el de Santoña, con más de la mitad de las capturas regionales. Las especies capturadas más comunes son el chicharro, la boga, el salmonete y el bonito. La anchoa fue una especie muy importante para la pesca cántabra, pero esta pesquería cerró de 2004 a 2009 y no ha recuperado sus volúmenes tradicionales. Hay unas 40 empresas transformadoras de anchoa. Las principales producciones acuícolas son las de dorada (4,1 millones de euros), lubina (1,85 millones de euros) y rodaballo (1,4 millones de euros). Trabajan en la acuicultura cántabra algo menos de 150 personas.

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Cantabria en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma participa con el 16,5% del empleo (5.509 personas sobre un total de 33.335) y el 15,5% de las ventas netas de producto con más de 1.056 millones de euros sobre un total cercano a 6.791 millones de euros.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 513 millones de euros y el número de empresas es de 389. La mayor facturación procede del subsector de azúcar, chocolate y confitería con cerca de 362 millones de euros, seguido de industrias lácteas con 266 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de transformación de pescado con 1.515 personas, seguido del de azúcar, chocolate y confitería (1.410). En cuanto a empresas, 304 cuentan con menos de 10 empleados, 72 tienen de 10 a 49, otras 12 empresas de 50 a 199, y 1 supera los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Cantabria participa, sobre el total nacional, con el 1,19% de las ventas de la industria alimentaria, el 0,98% en consumo de materias primas, el 1,54% en número de personas ocupadas, y el 1,19% en inversiones en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	31
Transformación de pescado	72
Conservas de frutas y hortalizas	7
Grasas y aceites (vegetales y animales)	1
Industrias lácteas	47
Productos molinería	8
Pan, pastelería y pastas alimenticias	159
Azúcar, chocolate y confitería	8
Otros productos diversos*	17
Productos alimentación animal	17
Vinos	8
Otras bebidas alcohólicas	12
Aguas y bebidas analcohólicas	2
Total Industria Alimentaria	**389**
Total Industria	**2.230**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**1.056.193**
Industrias cárnicas	30.786
Transformación de pescado	202.009
Conservas de frutas y hortalizas	2.082
Industrias lácteas	266.321
Pan, pastelería y pastas alimenticias	125.263
Azúcar, chocolate y confitería	362.298
Otros productos diversos	5.911
Productos alimentación animal	43.541
Otras bebidas alcohólicas	2.324

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

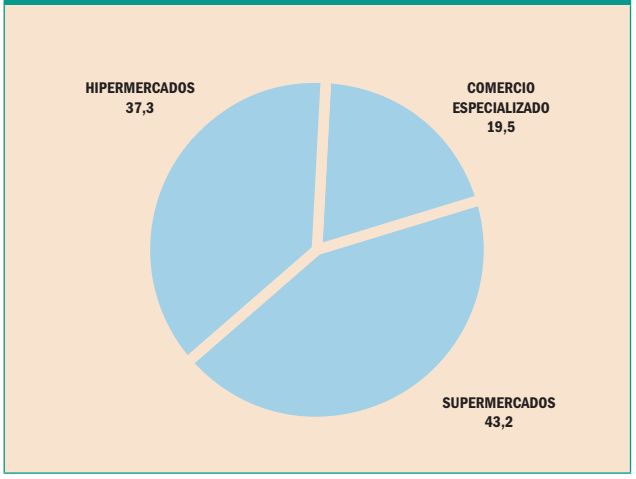
Cantabria tiene casi 594.000 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km². Santander cuenta con cerca de un tercio de la población. El gasto medio por persona de la población cántabra es bastante parejo a la media nacional. En Cantabria se contabilizan 10.470 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 3.892 con una superficie de venta que alcanza 216.741 m²; la superficie media está en torno a 55,6 m². Esta comunidad autónoma cuenta con 355 supermercados y 6 hipermercados. Estos 361 establecimientos ocupan 204.252 m² y generan una densidad comercial de 344 m² cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 283 licencias (en torno al 1,6% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

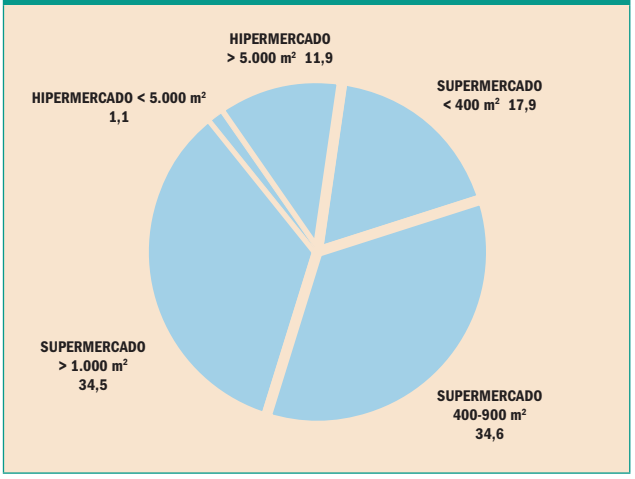
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	3.892	216.741	193	108	54	6	283
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,7	1,1	1,9	1,7	1,6	1,3	1,6

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN CANTABRIA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANTABRIA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.646 euros (un 12,1% superior a la media nacional). Carne (22,5%), pescado (14,8%), frutas frescas (9,4%), derivados lácteos (8,4%), hortalizas frescas (6,7%), pan (5,6%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

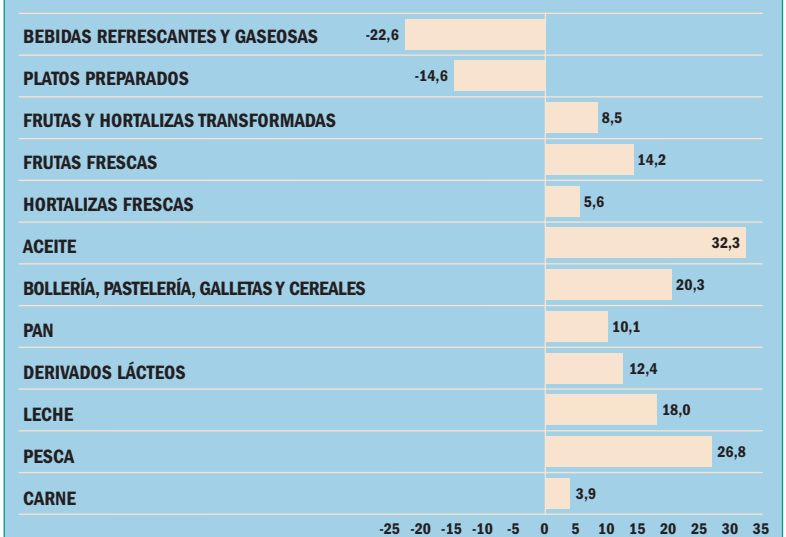


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES) 2012

SECTOR	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,7	1,6	38,1
CARNE	369,9	22,5	11,2
PESCA	243,9	14,8	26,9
LECHE	58,4	3,6	14,2
DERIVADOS LÁCTEOS	138,3	8,4	11,3
PAN	91,9	5,6	8,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	64,9	3,9	9,8
CHOCOLATES Y CACAOS	30,1	1,8	31,9
ACEITE	37,3	2,3	34,7
VINO	26,2	1,6	35,0
CERVEZAS	12,5	0,8	-39,0
ZUMO Y NÉCTAR	7,5	0,5	-23,1
PATATAS	22,9	1,4	5,6
HORTALIZAS FRESCAS	109,7	6,7	11,0
FRUTAS FRESCAS	154,2	9,4	14,3
FRUTOS SECOS	17,3	1,1	3,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,3	2,0	17,8
PLATOS PREPARADOS	42,2	2,6	-13,7
CAFÉS E INFUSIONES	20,6	1,3	-10,4
AGUA MINERAL	14,5	0,9	35,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,0	1,7	-21,1
OTROS PRODUCTOS	97,8	5,9	11,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.646,0**	**100,0**	**12,1**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

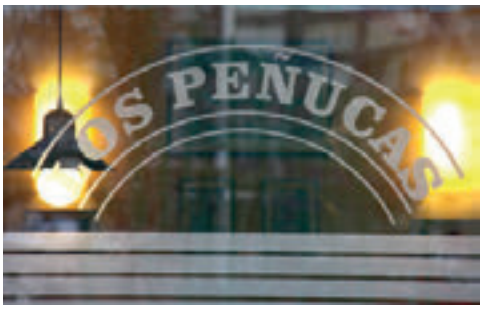


CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
15 kilos de frutas frescas	10 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
13 litros de leche	8 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	3 litros de zumo y néctar
4 kilos de hortalizas frescas	3 litros de leche semidesnatada
4 kilos de derivados lácteos	2 kilos de platos preparados
4 kilos de pan	1 kilo de carne de ovino/caprino
3 kilos de carne de vacuno	1 litro de batido de leche
3 litros de aceite de oliva	1 kilo de helados y tartas
3 kilos de patatas	1 kilo de pastas alimenticias
3 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de conservas de mariscos, moluscos y crustáceos
3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de arroz
3 litros de agua mineral	1 litro de leche pasteurizada

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Cantabria cuentan con un gasto superior en huevos (38,1%), agua mineral (35,5%), vino (35%) y aceite (34,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cerveza (-39%), zumo y néctar (-23,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (-21,1%) y platos preparados (-13,7%). En términos medios, durante el año 2012, cada cántabro consumió 184 huevos, 54,9 kilos de carne, 33,4 kilos de pescado, 87,2 litros de leche, 39,5 kilos de derivados lácteos, 39,5 kilos de pan, 17,1 litros de aceite, 9,8 litros de cerveza, 65,8 kilos de hortalizas frescas, 118,5 kilos de frutas frescas, 10,3 kilos de platos preparados, 54,2 litros de agua embotellada y 35,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.
Tomando como referencia la media nacional, en Cantabria se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (32,3%), pescado (26,8%), bollería, pastelería, galletas y cereales (20,3%), leche (18%) y frutas frescas (14,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-22,6%) y platos preparados (-14,6%). ○



Hostelería y Restauración

Las licencias concedidas para actividades de restauración y bares se cifran en 4.261 (un 1,6% sobre el total nacional). Respecto a otras comunidades autónomas, Cantabria cuenta con un equipamiento de restaurantes, cafeterías, bares y hoteles reducido (por ejemplo, ocupa el décimoquinto lugar en número de bares y el décimocuarto en número de restaurantes). ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANTABRIA

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANTABRIA	4.261	850	371	2.924	70	16.582
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,6	1,3	2,1	1,6	0,6	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- PICÓN BEJES-TRESVISO ✪
- QUESO-NATA DE CANTABRIA ✪
- QUESUCOS DE LIÉBANA ✪



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- CARNE DE CANTABRIA ✪

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

- SOBAO PASIEGO ✪

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



AGRICULTURA ECOLÓGICA

- AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA

VINOS DE LA TIERRA

- LIÉBANA
- COSTA DE CANTABRIA





✪ *Inscrita en el Registro de la UE*

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria de Castilla-La Mancha, expresada en precios básicos, ascendió en 2012 a 4.245 millones de euros. La Producción Final Vegetal contribuyó con 2.599 millones de euros y la Producción Ganadera con 1.387 millones de euros.

El gasto en consumos intermedios (energía, abonos, piensos, plaguicidas y zoosanitarios) supuso en 2011 un coste superior al del año precedente. Incrementada esta cantidad en las amortizaciones, restándole las subvenciones y deduciendo esa cantidad de la cifra aportada por la rama agraria, se obtiene una Renta Agraria próxima a los 2.081 millones de euros.

En 2012, gracias al buen comportamiento de los precios en el sector cárnico y lácteo, se redujo la diferencia entre el valor generado por las producciones agrícolas y ganaderas.

En agricultura, el balance general fue negativo a causa de la sequía que afectó a los cultivos. En vino, se produjo en 2012 un retroceso tras la gran cosecha del año precedente. La producción ascendió a 18,4 millones (15,2 millones de hectolitros de vino y el resto de mosto). De este volumen, unos 4,5 millones de hectolitros fueron vinos amparados por una denominación de origen.

También la producción de aceite fue escasa, después de que en 2011 el balance de campaña fuera muy positivo.

Entre las hortalizas más representativas destacaron la menor cosecha de melón y cebolla, frente a los aumentos de las cosechas de sandía y de ajo (un 4% más). También la producción de champiñón superó la del año anterior, con un volumen de 58.500 toneladas y la de frutas y frutos secos fue desigual.



Por su parte, el balance del sector ganadero fue positivo gracias a la recuperación de precios en porcino, vacuno y ovinocaprino. La producción regional de leche de vaca se situó en 224.000 toneladas, por encima del año anterior.

Al acabar 2012, había en Castilla-La Mancha 51.400 ocupados en el sector primario, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) que reflejan un 2% menos que en 2011.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA-LA MANCHA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	603,5
CEBADA	1.634,70
MAÍZ	442,7
AVENA	226
LENTEJAS	18,8
ALFALFA	708
GUISANTES SECOS	48,6
GIRASOL	127,4
COLZA	5,2
MAÍZ FORRAJERO	57,6
SANDÍAS	143,3
MELONES	325,6
TOMATE CONSERVA	91
MELOCOTÓN	0
PATATAS	82,1
TOMATE FRESCO	116
PIMIENTOS FRESCOS	59,5
AJOS	79
CEBOLLAS	711
PIMIENTOS CONSERVAS	33
ZANAHORIAS	21
CHAMPIÑÓN	59
ACEITE DE OLIVA	40
VINOS Y MOSTOS	18.380 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	362,5 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	3.144 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	2.499 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	392 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	24,7 (miles de cabezas)
LECHE DE VACA	224,1 (Millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Castilla-La Mancha, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 23,4% del empleo (22.203 personas sobre un total de 94.766) y el 31,7% de las ventas netas de producto con cerca de 6.660 millones de euros sobre un total próximo a 21.004 millones de euros.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 4.007 millones de euros y el número de empresas es de 2.439. La mayor facturación procede del subsector de industria cárnica con cerca de 1.868 millones de euros, seguido de vinos con 1.148 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industria cárnica con 5.768 personas, seguido a larga distancia de vinos (3.192). En cuanto a empresas, 2.082 cuentan con menos de 10 empleados, 301 tienen de 10 a 49, otras 48 empresas de 50 a 199, y 8 superan los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Castilla-La Mancha participa, sobre el total nacional, con el 7,51% de las ventas de la industria alimentaria, el 7,71% en consumo de materias primas, el 6,19% en número de personas ocupadas, y el 8,77% en inversiones en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	273
Transformación de pescado	13
Conservas de frutas y hortalizas	64
Grasas y aceites (vegetales y animales)	183
Industrias lácteas	153
Productos molinería	53
Pan, pastelería y pastas alimenticias	934
Azúcar, chocolate y confitería	54
Otros productos diversos*	94
Productos alimentación animal	101
Vinos	457
Otras bebidas alcohólicas	29
Aguas y bebidas analcohólicas	31
Total Industria Alimentaria	**2.439**
Total Industria	**13.137**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**6.660.096**
Industrias cárnicas	1.867.864
Transformación de pescado	30.833
Conservas de frutas y hortalizas	243.213
Grasas y aceites (vegetales y animales)	355.743
Industrias lácteas	947.198
Productos molinería	176.568
Pan, pastelería y pastas alimenticias	273.341
Azúcar, chocolate y confitería	176.824
Otros productos diversos	84.233
Productos alimentación animal	407.891
Vinos	1.147.950
Otras bebidas alcohólicas	835.401
Aguas y bebidas analcohólicas	113.037

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Castilla-La Mancha cuenta con 2.122.000 habitantes y 79.409 km² de extensión. Las provincias de Toledo, Ciudad Real y Albacete superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-manchego está por debajo de la media nacional.

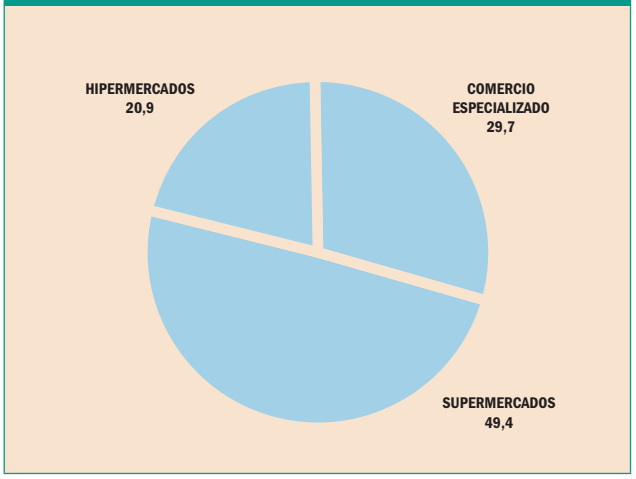
En Castilla-La Mancha hay 33.484 actividades comerciales minoristas. Las especializadas en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 10.301 y ocupan 822.558 m². Toledo tiene el 39,8% de la superficie de venta; Ciudad Real, el 22,2%; Albacete, el 18,6%; Cuenca, el 8%; y Guadalajara, el 11,4%. Esta comunidad autónoma cuenta con 932 supermercados y 23 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 518.478 m² y una densidad comercial de 244 m² por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 693 licencias, un 3,9% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

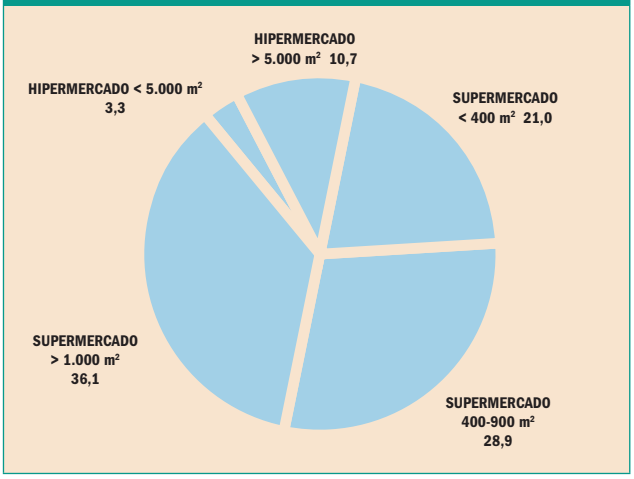
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	10.301	822.558	559	232	141	23	693
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	4,4	4,2	5,5	3,7	4,2	4,8	3,9

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN CASTILLA-LA MANCHA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA-LA MANCHA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.316,8 euros (un 10,3% inferior a la media nacional). Carne (23,8%), pescado (14%), frutas frescas (8,7%), derivados lácteos (7,3%), pan (6,1%), hortalizas frescas (6,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

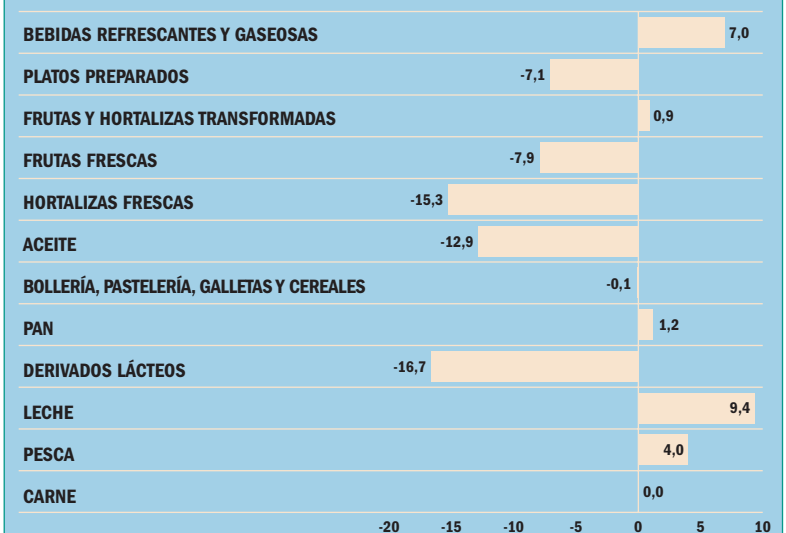


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,0	1,4	-3,4
CARNE	312,9	23,8	-6,0
PESCA	184,9	14,0	-3,8
LECHE	54,9	4,2	7,3
DERIVADOS LÁCTEOS	96,1	7,3	-22,6
PAN	80,9	6,1	-4,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	55,3	4,2	-6,4
CHOCOLATES Y CACAOS	19,1	1,5	-16,4
ACEITE	23,4	1,8	-15,6
VINO	10,4	0,8	-46,6
CERVEZAS	21,9	1,7	6,6
ZUMO Y NÉCTAR	9,0	0,7	-7,5
PATATAS	17,5	1,3	-19,4
HORTALIZAS FRESCAS	80,1	6,1	-18,9
FRUTAS FRESCAS	115,1	8,7	-14,7
FRUTOS SECOS	14,2	1,1	-15,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	24,4	1,9	-10,7
PLATOS PREPARADOS	43,7	3,3	-10,7
CAFÉS E INFUSIONES	16,3	1,2	-29,3
AGUA MINERAL	9,9	0,8	-7,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,8	2,8	3,9
OTROS PRODUCTOS	72,0	5,5	-18,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.316,8**	**100,0**	**-10,3**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE CASTILLA-LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
8 litros de leche esterilizada	10 kilos de hortalizas frescas
7 litros de leche envasada	8 kilos de frutas frescas
3 litros de agua mineral	6 kilos de derivados lácteos
3 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	4 kilos de patatas
3 litros de cerveza	2 litros de vinos con denominación de origen
1 kilo de pan	2 kilos de queso
1 kilo de carne de ovino/caprino	2 litros de aceite de oliva
1 kilo de pescado fresco	2 kilos de carne de vacuno
1 litro de batidos de leche	1 kilo de yogurt
1 kilo de carne de cerdo	1 kilo de azúcar
1 kilo de frutas y hortalizas transformadas	1 kilo de platos preparados
1 kilo de carne transformada	1 kilo de pastas alimenticias

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla-La Mancha cuentan con un gasto superior en leche (7,3%), cervezas (6,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (3,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-46,6%), café e infusiones (-29,3%), derivados lácteos (-22,6%) y patatas (-19,4%).

En términos medios, durante el año 2012, cada castellano-manchego consumió 135 huevos, 52,8 kilos de carne, 27,4 kilos de pescado, 80,9 litros de leche, 29,3 kilos de derivados lácteos, 36,3 kilos de pan, 11,3 litros de aceite, 20,8 litros de cerveza, 52,8 kilos de hortalizas frescas, 95,6 kilos de frutas frescas, 11,2 kilos de platos preparados, 54,6 litros de agua embotellada y 49,1 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 leche (9,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (7%), pescado (4%), pan (1,2%) y frutas y hortalizas transformadas (0,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en derivados lácteos (-16,7%), hortalizas frescas (-15,3%), aceite (-12,9%), frutas frescas (-7,9%) y platos preparados (-7,1%).



Hostelería y Restauración

Las licencias relacionadas con actividades de restauración y bares son 10.510 (un 3,9% sobre el total nacional) y se distribuyen principalmente en Toledo (32,1%), Ciudad Real (28,3%) y Albacete (18,3%). Castilla-La Mancha ocupa el octavo lugar en número de bares y el décimo en plazas hoteleras).

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA-LA MANCHA	10.510	1.747	485	8.394	372	34.597
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	3,9	2,7	2,7	4,5	3,3	2,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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 CCAA*
**** Denominación en proyecto*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en Castilla y León alcanzó en 2012 un valor de 2.444 millones de euros, expresados en términos corrientes, un 1,2% más que el año anterior. La producción final de la rama agraria generó 5.513 millones de euros, de los que 2.552 procedieron de la producción vegetal y 2.614 de la producción ganadera. La producción vegetal disminuyó un 2,65%, mientras que la producción animal registró un aumento del 9,84%.

La producción vegetal descendió en valor debido a una reducción en las cantidades producidas, pero este descenso se vio compensado en parte por un aumento en los precios. Dentro de la producción vegetal, destacó el buen comportamiento de los cereales y de los forrajes, frente al mal comportamiento de los cultivos industriales como el girasol, que disminuyó en volumen su producción un 24,5% e incrementó su precio un 34%.

El sector de la patata tuvo un año bueno en precios y en el del vino, la cosecha fue buena en calidad, pero peor en cantidad. Asimismo, la producción regional de vino y mosto quedó en 1,7 millones de hectolitros de los cuales 1,5 millones fueron vinos amparados por una marca de calidad.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA Y LEÓN

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	2.282,50
CEBADA	2.232,40
MAÍZ	1.108
ALUBIAS	4,1
ALFALFA	16,39
MAÍZ FORRAJERO	618
GUISANTES SECOS	42,8
GIRASOL	259,6
REMOLACHA AZUCARERA	2.600
MANZANAS MESA	20,7
PATATAS	843,2
LECHUGAS	23,1
AJOS	11
CEBOLLAS	108
PUERROS	45
PIMIENTOS FRESCOS	6
ZANAHORIAS	173
VINOS Y MOSTOS	1.712 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	1.222 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	97,6 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	3.241 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	138 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	2.892 (miles de cabezas)
CONEJOS	1.055 (millones de animales)
LECHE DE VACA 2012/2013	814,7 (millones de litros)
LECHE DE OVEJA	385 (millones de litros)
LECHE DE CABRA	35 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Entre la producción animal, destacó el comportamiento del sector porcino, el vacuno y el lácteo (leches de vaca, oveja y cabra). La producción animal aumentó en valor debido a un comportamiento positivo de los precios, especialmente el de los huevos (+41%), vacuno de abasto (8%), porcino de cebo blanco (9%), pollo de granja (6%), conejos (7%) y leche (4%).

La producción regional de leche de oveja supone más del 65% del total nacional y en 2012 rondó los 385 millones de litros, a los que se sumaron otros 35 millones de litros de leche de cabra y la producción de leche de vaca que se acercó a los 815 millones de litros (datos de la campaña 2012/2013).

La población agraria ocupada en Castilla y León ascendió en 2012 a 69.425 personas (según datos de la EPA), un 6% más que en 2011.

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Castilla y León, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 28,6% del empleo (36.884 personas sobre un total de 128.974) y el 28% de las ventas netas de producto con cerca de 8.683 millones de euros sobre un total próximo a 31.001 millones de euros. El consumo de materias primas en el sector asciende a 5.078 millones de euros y el número de empresas es de 3.096. La mayor facturación procede del subsector de industrias cárnicas, con cerca de 2.367 millones de euros, seguido de industrias lácteas con 1.312 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industrias cárnicas con 11.306 personas, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (7.154). En cuanto a empresas, 2.563 cuentan con menos de 10 empleados, 445 tienen de 10 a 49, otras 71 empresas de 50 a 199, y 17 superan los 200 empleados.

Castilla y León participa, sobre el total nacional, con el 9,79% de las ventas de la industria alimentaria, el 9,77% en consumo de materias primas, el 10,29% en número de personas ocupadas, y el 12,80% en inversiones en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	818
Transformación de pescado	17
Conservas de frutas y hortalizas	80
Grasas y aceites (vegetales y animales)	24
Industrias lácteas	162
Productos molinería	78
Pan, pastelería y pastas alimenticias	1.088
Azúcar, chocolate y confitería	61
Otros productos diversos*	71
Productos alimentación animal	104
Vinos	531
Otras bebidas alcohólicas	35
Aguas y bebidas analcohólicas	27
Total Industria Alimentaria	**3.096**
Total Industria	**12.665**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**8.682.888**
Industrias cárnicas	2.366.818
Transformación de pescado	227.823
Conservas de frutas y hortalizas	337.844
Grasas y aceites (vegetales y animales)	22.514
Industrias lácteas	1.312.392
Productos molinería	291.199
Pan, pastelería y pastas alimenticias	996.523
Azúcar, chocolate y confitería	507.305
Otros productos diversos	428.528
Productos alimentación animal	1.255.503
Vinos	670.484
Otras bebidas alcohólicas	193.133
Aguas y bebidas analcohólicas	72.822

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Castilla y León tiene 2.546.000 habitantes y una extensión de 93.900 km², un 5,4% 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.

En Castilla y León se cuantifican 15.346 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación, que ocupan 1.030.343 m². Valladolid tiene el 22,5% de la superficie; León llega al 20,6%; Salamanca cuenta con un 12,8%; Burgos tiene el 15,2%; Palencia un 7,4%; Ávila un 6,0%; Zamora un 6,6%; Segovia un 5,4%; y, por último, Soria un 3,5%.

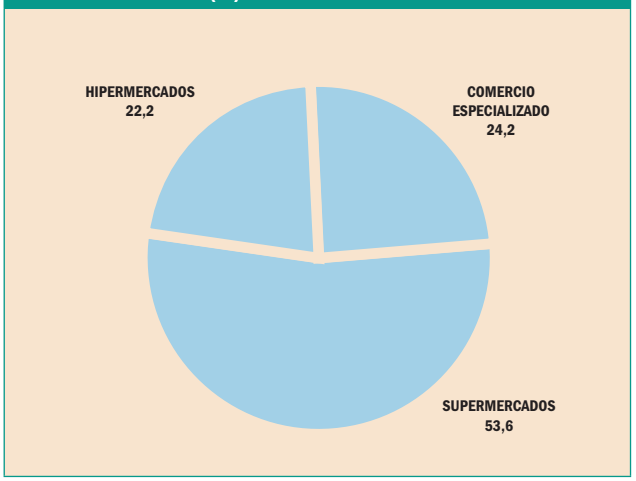
En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.128 supermercados y 23 hipermercados (estos 1.151 establecimientos ocupan 671.269 m² y suponen una densidad comercial de 263,6 m² por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 668 licencias para comercio ambulante y mercadillos, cerca del 3,7% en el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

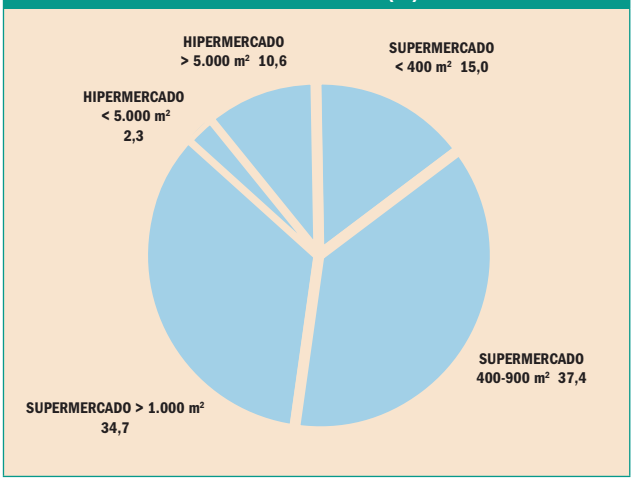
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	15.346	1.030.343	552	394	182	23	668
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	6,5	5,3	5,4	6,3	5,4	4,8	3,7

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN CASTILLA Y LEÓN (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA Y LEÓN (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.565,5 euros (un 6,6% superior a la media nacional). Carne (25,3%), pescado (14,7%), frutas frescas (9,8%), derivados lácteos (6,9%), pan (6,4%), hortalizas frescas (6,2%) y leche (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

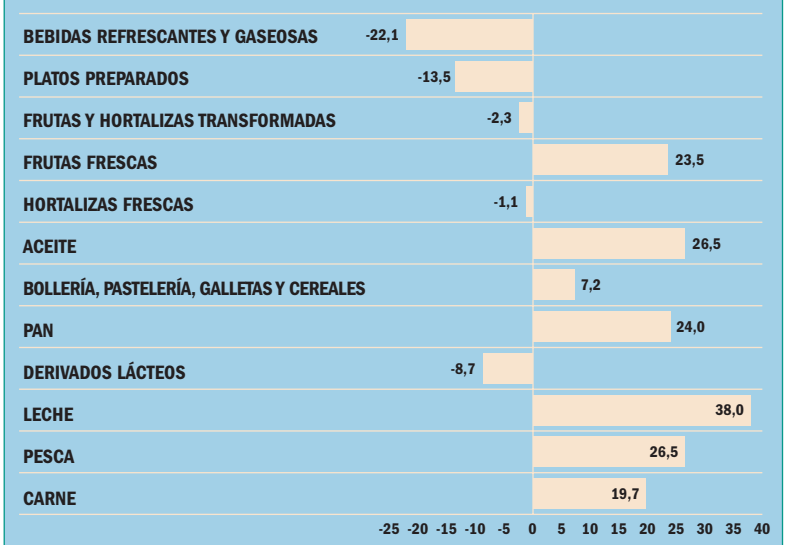


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	21,5	1,4	15,6
CARNE	395,7	25,3	18,9
PESCA	230,8	14,7	20,1
LECHE	69,9	4,5	36,6
DERIVADOS LÁCTEOS	107,9	6,9	-13,1
PAN	100,7	6,4	19,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	56,8	3,6	-3,9
CHOCOLATES Y CACAOS	22,6	1,4	-1,0
ACEITE	34,9	2,2	26,1
VINO	18,4	1,2	-4,9
CERVEZAS	14,3	0,9	-30,4
ZUMO Y NÉCTAR	7,5	0,5	-23,5
PATATAS	17,0	1,1	-21,4
HORTALIZAS FRESCAS	96,6	6,2	-2,2
FRUTAS FRESCAS	153,5	9,8	13,8
FRUTOS SECOS	16,3	1,0	-2,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,1	1,7	-4,7
PLATOS PREPARADOS	40,2	2,6	-17,8
CAFÉS E INFUSIONES	18,9	1,2	-18,0
AGUA MINERAL	8,0	0,5	-25,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	26,7	1,7	-24,6
OTROS PRODUCTOS	81,0	5,2	-7,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.565,5**	**100,0**	**6,6**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
28 litros de leche	10 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
24 kilos de frutas frescas	7 litros de agua mineral
9 kilos de pan	6 litros de cerveza
6 kilos de pescado fresco	5 kilos de patatas
3 kilos de carne de cerdo	3 kilos de derivados lácteos
3 kilos de carne de vacuno	2 kilos de platos preparados
2 litros de aceite de oliva	2 litros de zumo y néctar
2 kilos de carne de ovino/caprino	1 kilo de arroz
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de queso
1 litro de aceite de girasol	1 kilo de pastas alimenticias
1 kilo de carne de pollo	1 litro de vinos con denominación de origen
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de helados y tartas

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (36,6%), aceite (26,1%), pescado (20,1%) y pan (19,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-30,4%), agua mineral (-25,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (-24,6%) y zumo y néctar (-23,5%).

En términos medios, durante el año 2012, cada castellanoleonés consumió 157 huevos, 63,3 kilos de carne, 33,4 kilos de pescado, 102 litros de leche, 32,1 kilos de derivados lácteos, 44,5 kilos de pan, 16,4 litros de aceite, 11,5 litros de cerveza, 61,6 kilos de hortalizas frescas, 128,1 kilos de frutas frescas, 10,4 kilos de platos preparados, 44,9 litros de agua embotellada y 35,8 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 (38%), aceite (26,5%), pescado (26,5%), pan (24%) y frutas frescas (23,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-22,1%), platos preparados (-13,5%), derivados lácteos (-8,7%), frutas y hortalizas transformadas (-2,3%) y hortalizas frescas (-1,1%). ○



Hostelería y Restauración

Hay 17.469 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 6,5% 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

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA Y LEÓN	17.469	2.488	1.037	14.058	309	60.084
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	6,5	3,8	5,9	7,6	2,8	4,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).



Siempre en tu mesa

CONSEJO REGULADOR DE LA I.G.P. BOTILLO DEL BIERZO

I.G.P. Pimiento Asado del Bierzo

CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN MANZANA REINETA DEL BIERZO

MARCA DE GARANTÍA PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

MARCA DE GARANTÍA CASTAÑA DEL BIERZO

www.alimentosdecalidadbierzo.es

DIPUTACIÓN DE LEÓN

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 ✪

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



MARCAS DE CALIDAD

CARNES

- CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA
- COCHINILLO DE SEGOVIA
- LECHAZO DE LA MESETA CASTELLANOLEONESA
- TERNERA CHARRA
- TERNERA DE ALISTE

BOLLERÍA Y DULCES

- HORNAZO DE SALAMANCA

HARINAS Y DERIVADOS

- HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
- PAN DE VALLADOLID

FRUTAS Y HORTALIZAS

- CASTAÑA DEL BIERZO
- CEREZA DE LA SIERRA DE FRANCIA
- CEREZA DE LAS CADERECHAS
- PERA CONFERENCIA DEL BIERZO
- MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS
- LECHUGA DE MEDINA
- SETAS DE CASTILLA Y LEÓN

SALAZONES Y EMBUTIDOS

- CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
- CHORIZO ZAMORANO
- IBÉRICOS DE SALAMANCA
- FARINATO DE CIUDAD RODRIGO

QUESOS

- QUESO CASTELLANO
- QUESOS DE ARRIBES DE SALAMANCA

** Denominación en tramitación*
*** Denominación compartida con otras CCAA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria de Cataluña, medido a precios básicos, ascendió en 2012 a 4.619 millones de euros. La Producción Vegetal aportó 1.613 millones de euros y la Producción Ganadera otros 2.876 millones de euros. Una vez descontados los consumos intermedios (energía, fertilizantes, piensos, etc.), se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió en 2012 a 1.645 millones de euros.

En el sector agrícola, aumentó la producción en frutas de hueso (albaricoque y cereza), pero se derrumbó en frutas de pepita y también en frutos secos. También fueron peores las cosechas de cereal, especialmente en maíz y arroz, y de los cultivos industriales, pero la producción de cultivos forrajeros mejoró sensiblemente.

En olivar la cosecha fue mejor que la del año anterior (16% más), que había sido una campaña muy mala. La vendimia se saldó con una caída de producción y, además, un descenso de los precios de la uva. Se produjo un total de 2,83 millones de hectolitros de vino y mosto.

La producción de carne de porcino y vacuno aumentó, mientras que la de ovino y la de conejo se redujo. El censo de porcino descendió hasta los 5,8 millones de animales, el 21% del total nacional, mientras que la cabaña bovina aumentó hasta las 590.000 cabezas, de las cuales unas 80.000 eran vacas de leche.

La producción láctea en la campaña 2012/13 ascendió a 643.200 toneladas (ajustadas a materia grasa). Cataluña fue en 2012 la tercera región española en producción de leche de vaca.

En cuanto al empleo, la población media ocupada en el sector primario de Cataluña al acabar 2012 se situó en unas 54.250 personas, una cifra muy inferior a la del año anterior.

PESCA

En Cataluña hay 897 barcos pesqueros, lo que representa el 8,9% del total español. Su arqueo total llega a 23.039 toneladas (6%), con un potencia de 139.262 CV (11,7%) y una eslora promedio de 13,4 metros. La antigüedad media de estos buques es de 30 años. Se encuentran activas 32 cofradías pesqueras. Las artes de bajura representan el 53,7% del total, seguidas por las de cerco y arrastre. Los principales puertos pesqueros son los de Tarragona, Rosas, Vilanova i La Geltrú y San Carlos de La Rápita. Hay 70 empresas transformadoras de productos pesqueros, generando unos 1.130 puestos de trabajo. Las principales producciones acuícolas catalanas son las de atún rojo (25,7 millones de euros), dorada (9,5 millones de euros), trucha arco iris (6,2 millones de euros) y lubina (3,5 millones de euros). Trabajan en este sector algo menos de 1.130 personas.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CATALUÑA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	334,8
CEBADA	497,2
MAÍZ	376,2
ARROZ CÁSCARA	131,8
GIRASOL	5,6
SANDÍAS	7
MELONES	6,8
ALFALFA	1.533
MANZANA DE MESA	249,8
PERAS	173,3
NECTARINAS	0
MELOCOTONES	195
CEREZAS	9
NARANJAS	56
MANDARINAS	10
ALMENDRAS GRANO	3,9
AVELLANA	13,4
PATATAS	31
TOMATES FRESCOS	43,8
LECHUGAS	24,1
PIMIENTOS FRESCOS	8,1
ALCACHOFAS	10,2
COLIFLORES	11
CEBOLLAS	28
COL-REPOLLO	10,4
CALABACÍN	10,3
APIO	6,2
ACEITE DE OLIVA	26,3
VINOS Y MOSTOS	2.836 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	590 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	5.877 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	524 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	63 (miles de cabezas)
CONEJOS	1.674 (miles de animales)
VACAS LECHERAS	80 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	643,2 (Millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Cataluña, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 16,9% del empleo (74.688 personas sobre un total de 441.443) y el 20,3% de las ventas netas de producto con más de 20.022 millones de euros sobre un total próximo a 98.738 millones de euros.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 12.315 millones de euros y el número de empresas es de 3.430. La mayor facturación procede del subsector de industrias cárnicas, con cerca de 6.640 millones de euros, seguido a larga distancia de productos para la alimentación animal con 2.607 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industrias cárnicas con 29.290 personas, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (11.738). En cuanto a empresas, 2.471 cuentan con menos de 10 empleados, 721 tienen de 10 a 49, otras 167 empresas de 50 a 199, y 71 superan los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Cataluña participa, sobre el total nacional, con el 22,58% de las ventas de la industria alimentaria, el 23,69% en consumo de materias primas, el 20,84% en número de personas ocupadas, y el 19,73% en inversiones en activos materiales. ○

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CATALUÑA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	682
Transformación de pescado	64
Conservas de frutas y hortalizas	103
Grasas y aceites (vegetales y animales)	179
Industrias lácteas	160
Productos molinería	73
Pan, pastelería y pastas alimenticias	807
Azúcar, chocolate y confitería	106
Otros productos diversos*	433
Productos alimentación animal	156
Vinos	546
Otras bebidas alcohólicas	65
Aguas y bebidas analcohólicas	56
Total Industria Alimentaria	**3.430**
Total Industria	**39.955**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CATALUÑA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**20.022.751**
Industrias cárnicas	6.640.019
Transformación de pescado	122.666
Conservas de frutas y hortalizas	496.100
Grasas y aceites (vegetales y animales)	1.772.095
Industrias lácteas	937.992
Productos molinería	440.289
Pan, pastelería y pastas alimenticias	1.242.789
Azúcar, chocolate y confitería	890.280
Otros productos diversos	2.266.767
Productos alimentación animal	2.607.308
Vinos	1.158.460
Otras bebidas alcohólicas	142.659
Cerveza y malta	331.156
Aguas y bebidas analcohólicas	907.798

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes –7.571.000, un 16% sobre el total nacional–. Barcelona cuenta con cerca del 73% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km². El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está por encima de la media nacional.

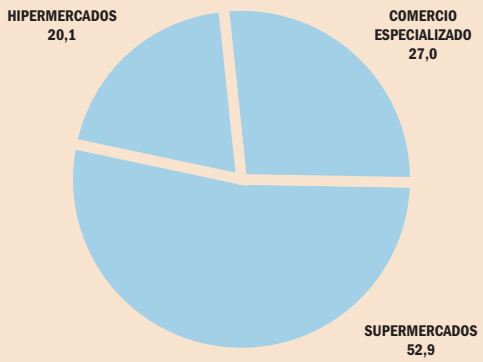
Las actividades especializadas en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 41.154 y ocupan 3.254.871 m², un 17,7% y un 16,7% sobre el total nacional, respectivamente; tanto en licencias como en superficie, están entre los porcentajes más elevados de España. Barcelona tiene el 70% de la superficie de venta; Girona, el 13,5%; Tarragona, el 10,6%; y Lleida, el 5,8%. Cataluña cuenta con 3.069 supermercados y 58 hipermercados; estos 3.127 establecimientos ocupan 1.791.494 m² y suponen una densidad comercial de 236,6 m² cada 1.000 habitantes. Las licencias concedidas para la venta ambulante y en mercadillos suman 2.124, un 11,8% sobre el total nacional. ○

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CATALUÑA

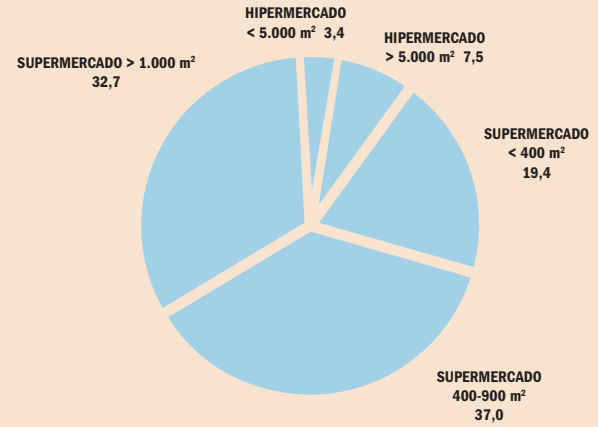
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	41.154	3.254.871	1.553	1.063	453	58	2.124
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	17,5	16,7	15,3	17,0	13,6	12,1	11,8

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN CATALUÑA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CATALUÑA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 1.668,5 euros (un 13,6% superior a la media nacional). Carne (22,5%), pescado (12,7%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (8,3%), hortalizas frescas (7,5%), pan (5,1%) y bollería, pastelería, galletas

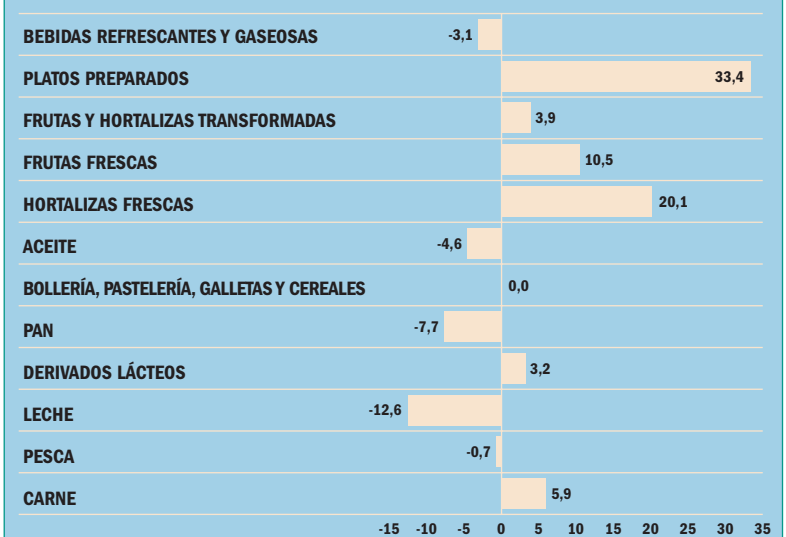


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,4	1,1	-1,2
CARNE	375,6	22,5	12,9
PESCA	211,7	12,7	10,1
LECHE	45,9	2,8	-10,2
DERIVADOS LÁCTEOS	139,1	8,3	12,0
PAN	84,5	5,1	0,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	66,8	4,0	13,1
CHOCOLATES Y CACAOS	23,5	1,4	3,1
ACEITE	28,3	1,7	2,1
VINO	25,1	1,5	29,4
CERVEZAS	21,5	1,3	4,6
ZUMO Y NÉCTAR	11,6	0,7	18,9
PATATAS	24,8	1,5	14,4
HORTALIZAS FRESCAS	124,9	7,5	26,4
FRUTAS FRESCAS	159,5	9,6	18,2
FRUTOS SECOS	22,3	1,3	33,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,4	1,8	11,0
PLATOS PREPARADOS	67,4	4,0	37,9
CAFÉS E INFUSIONES	31,0	1,9	34,6
AGUA MINERAL	15,5	0,9	44,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,3	2,2	2,6
OTROS PRODUCTOS	104,6	6,3	18,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.668,5**	**100,0**	**13,6**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
19 litros de agua mineral	9 litros de leche
12 kilos de hortalizas frescas	9 litros de leche envasada
11 kilos de frutas frescas	4 litros de leche entera
4 kilos de platos preparados	3 kilos de pan
4 kilos de carne frescas	3 litros de leche desnatada
3 litros de vinos de mesa	3 litros de leche semidesnatada
2 kilos de patatas	1 litro de cervezas
1 kilo de aceitunas	1 litro de gaseosas y bebidas refrescantes
1 litro de vinos con denominación de origen	1 kilo de pescado fresco
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de azúcar
1 litro de zumo y néctar	1 litro de aceite de girasol
1 kilo de pastas alimenticias	

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

y cereales (4%) 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 mineral (44,1%), platos preparados (37,9%) cafés e infusiones (34,6%) y frutos secos (33,2%) mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-10,2%) y huevos (-1,2%).

En términos medios, durante el año 2012, cada catalán consumió 128 huevos, 56 kilos de carne, 26,2 kilos de pescado, 64,6 litros de leche, 36,3 kilos de derivados lácteos, 33,1 kilos de pan, 12,3 litros de aceite, 16,6 litros de cerveza, 74,8 kilos de hortalizas frescas, 114,7 kilos de frutas frescas, 16,1 kilos de platos preparados, 70,1 litros de agua embotellada y 44,5 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 (33,4%), hortalizas frescas (20,1%), frutas frescas (10,5%), carne (5,9%) y frutas y hortalizas transformadas (3,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-12,6%), pan (-7,7%), aceite (-4,6%), bebidas refrescantes y gaseosas (-3,1%) y pescado (-0,7%). ○



Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares cuentan con 40.078 licencias –casi un 15% sobre el total nacional– y se distribuyen con un 67,2% para Barcelona, 13,3% para Girona, 12,5% para Tarragona y 7,0% para Lleida. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ANDALUCÍA

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CATALUÑA	40.078	12.437 (*)	--- (**)	26.461 (***)	2.244	229.461
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	14,9	19,1	---	14,2	20,2	16,0

(*) *Se consideran también los restaurantes-cafeterías.*

(**) *Las cafeterías están contabilizadas tanto en los restaurantes como en los bares.*

(***) *Se incorporan también las empresas de cafeterías-bares.*

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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)

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 CATALÁ ✪

HORTALIZAS

- CALÇOT DE VALLS ✪
- PATATES DE PRADES ✪ (PATATAS DE PRADES)
- CARXOFA DEL PRAT * (ALCACHOFA DEL PRAT)

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

- TORRÓ D'AGRAMUNT ✪ (TURRÓN DE AGRAMUNT)



DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- RATAFÍA CATALANA

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 ✪ (JUDÍA 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 de la Comunidad de Madrid ascendió en 2012 a 567 millones de euros, de los que 352 corresponden a la aportación del sector agrícola y 214 a las producciones ganaderas.

Considerados los consumos intermedios, añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones no vinculadas a los productos agrícolas y ganaderos, resulta una Renta Agraria en 2012 de 108 millones de euros, expresados a precios corrientes.

En el balance agrícola de 2012, en la Comunidad de Madrid destacó la positiva evolución de la cosecha de cereales, especialmente trigo y cebada, así como también de los precios. Los cultivos forrajeros, muy vinculados también a las explotaciones ganaderas, saldaron el año con peores resultados tanto en volumen como en precio. En cuanto a las hortalizas, entre las que destacan las producciones de ajo, melón, tomate, pepino y espárrago, el año terminó con producciones más bajas y con caídas de precios. Por su parte, la producción de fruta aumentó respecto al año anterior.

En 2012 se produjeron 113.586 hectolitros de vinos, de los que más del 60% eran vinos amparados por la Denominación de Origen Vinos de Madrid.

La producción de aceite fue muy inferior a la de la campaña anterior, con un volumen que rondó las 2.200 toneladas.

En cuanto al sector ganadero, en la Comunidad de Madrid hay una importante cabaña de ganado bovino y también representaciones de ovino, caprino, porcino y aves. El censo de bovino quedó en 92.600 cabezas de las que 6.700 eran vacas. La producción madrileña de leche de vaca se situó en la campaña 2012/2013 en 55.400 toneladas ajustadas por materia grasa, un volumen notablemente inferior al de la campaña anterior.

La Encuesta de Población Activa refleja que, a finales de 2012, había en la Comunidad de Madrid una media de 8.975 ocupados en el sector agrario, una cifra muy superior a la del año anterior.





PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE COMUNIDAD DE MADRID

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	77,9
CEBADA	98,9
MAÍZ	97,8
MELONES	1,6
PATATAS	2,1
LECHUGAS	0,1
CEBOLLAS	0,2
VINOS Y MOSTOS	113,8 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	92,6 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	101 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	27 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	17,8 (miles de cabezas)
CONEJOS	5 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	6,7 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	55,4 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de la Comunidad de Madrid, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 9,4% del empleo (18.512 personas sobre un total de 195.745) y el 8,9% de las ventas netas de producto con más de 3.788 millones de euros sobre un total próximo a 42.718 millones.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 1.753 millones de euros y el número de empresas es de 1.530. La mayor facturación procede del subsector de pan, pastelería y pastas alimenticias, con cerca de 838 millones de euros, seguido de industrias cárnicas con 711 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el del pan, pastelería y pastas alimenticias con 7.455 personas, seguido de industrias cárnicas (3.430). En cuanto a empresas, 1.137 cuentan con menos de 10 empleados, 316 tienen de 10 a 49, otras 55 empresas de 50 a 199, y 22 superan los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Madrid participa, sobre el total nacional, con el 4,27% de las ventas de la industria alimentaria, el 3,37% en consumo de materias primas, el 5,17% en número de personas ocupadas, y el 2,64% en inversiones en activos materiales.

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN COMUNIDAD DE MADRID

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	278
Transformación de pescado	43
Conservas de frutas y hortalizas	54
Grasas y aceites (vegetales y animales)	54
Industrias lácteas	65
Productos molinería	22
Pan, pastelería y pastas alimenticias	525
Azúcar, chocolate y confitería	45
Otros productos diversos*	197
Productos alimentación animal	42
Vinos	160
Otras bebidas alcohólicas	22
Aguas y bebidas analcohólicas	23
Total Industria Alimentaria	**1.530**
Total Industria	**24.504**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN COMUNIDAD DE MADRID (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**3.788.762**
Industrias cárnicas	711.433
Transformación de pescado	64.179
Conservas de frutas y hortalizas	73.569
Grasas y aceites (vegetales y animales)	18.837
Industrias lácteas	498.232
Productos molinería	40.252
Pan, pastelería y pastas alimenticias	838.428
Azúcar, chocolate y confitería	71.569
Otros productos diversos	245.702
Productos alimentación animal	312.917
Vinos	39.974
Otras bebidas alcohólicas	322.548
Aguas y bebidas analcohólicas	551.121

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 6.499.000 habitantes que tiene representan un 13,7% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km², aproximadamente, unos 810. 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.

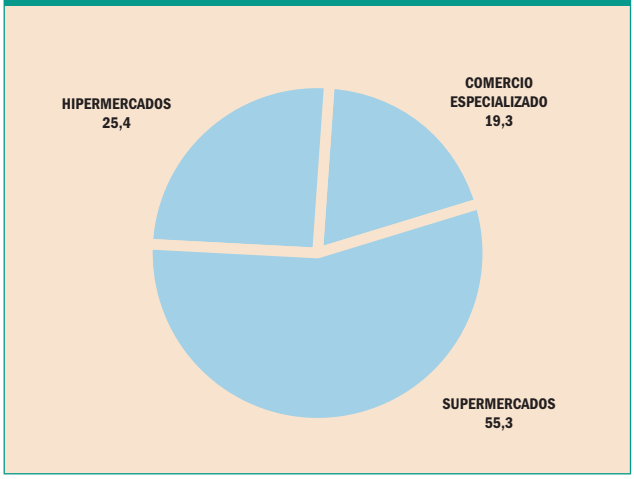
En esta comunidad autónoma se alcanzan 22.551 licencias relacionadas con la distribución de alimentación que ocupan 2.039.838 m² –cuarto lugar a nivel nacional tanto en número de licencias como en superficie–. Los supermercados e hipermercados suman 1.702 establecimientos que suponen 1.280.932 m²; con ello, la densidad comercial no supera los 197 m² por 1.000 habitantes –resulta ser la menor a nivel nacional-. Las licencias para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 1.677, un 9,3% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN COMUNIDAD DE MADRID

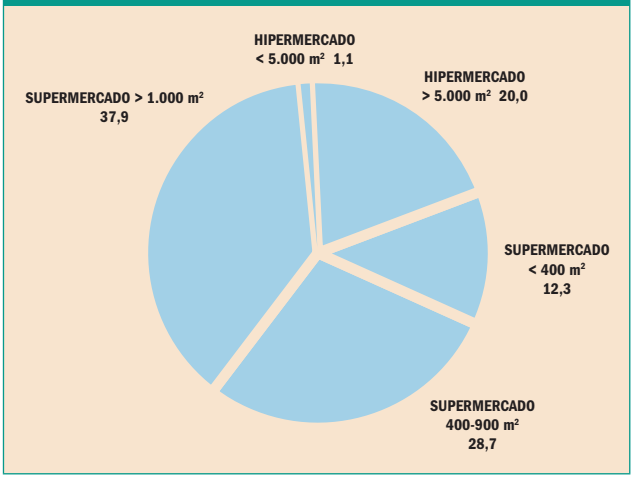
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
MADRID	22.551	2.039.838	706	585	353	58	1.677
MADRID/ESPAÑA (%)	9,6	10,5	7,0	9,3	10,6	12,1	9,3

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN COMUNIDAD DE MADRID (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN COMUNIDAD DE MADRID (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.492,1 euros (un 1,6% superior a la media nacional). Carne (23,6%), pescado (13,8%), frutas frescas (9,7%), derivados lácteos (7,8%), hortalizas frescas (6,6%), pan (4,5%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

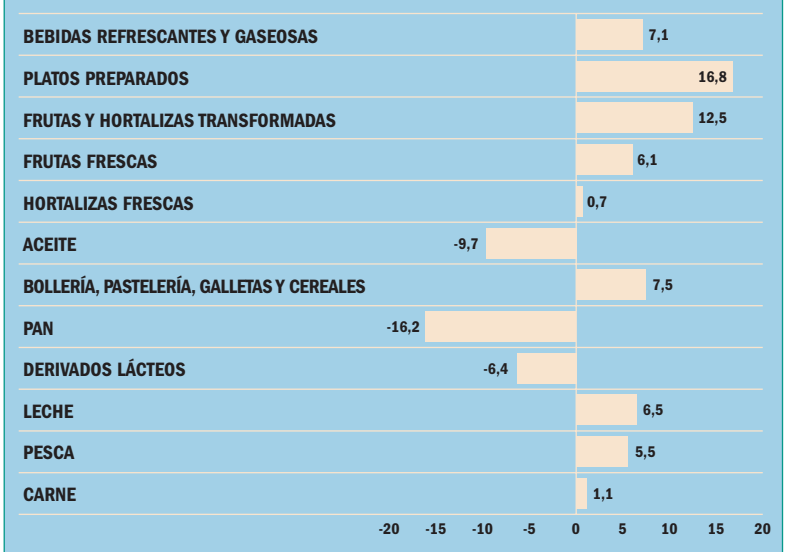


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MADRID (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,2	1,2	-2,0
CARNE	352,8	23,6	6,0
PESCA	205,3	13,8	6,8
LECHE	53,8	3,6	5,2
DERIVADOS LÁCTEOS	116,8	7,8	-5,9
PAN	67,2	4,5	-20,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	62,8	4,2	6,4
CHOCOLATES Y CACAOS	19,8	1,3	-13,2
ACEITE	26,2	1,8	-5,4
VINO	19,6	1,3	1,2
CERVEZAS	23,4	1,6	14,1
ZUMO Y NÉCTAR	10,3	0,7	5,0
PATATAS	20,3	1,4	-6,2
HORTALIZAS FRESCAS	98,3	6,6	-0,4
FRUTAS FRESCAS	144,7	9,7	7,3
FRUTOS SECOS	15,0	1,0	-10,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,6	2,0	11,7
PLATOS PREPARADOS	57,4	3,8	17,4
CAFÉS E INFUSIONES	21,3	1,4	-7,5
AGUA MINERAL	4,0	0,3	-62,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	39,6	2,7	11,9
OTROS PRODUCTOS	84,4	5,7	-4,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.492,1**	**100,0**	**1,6**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE COMUNIDAD DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN COMUNIDAD DE MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
6 kilos de frutas frescas	36 litros de agua mineral
5 litros de leche	6 kilos de pan
3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas	2 kilos de carne de cerdo
2 kilos de carne de vacuno	2 kilos de derivados lácteos
2 kilos de pescado fresco	1 kilo de queso
2 kilos de platos preparados	1 litro de vinos de mesa
2 kilos de frutas y hortalizas transformadas	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 kilo de hortalizas frescas	1 kilo de legumbres
1 kilo de carne certificada	1 kilo de azúcar
1 litro de cerveza	1 litro de aceite de girasol
1 kilo de carne de pollo	1 kilo de yogurt
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de chocolates y cacaos

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Madrid cuentan con un gasto superior en platos preparados (17,4%), cervezas (14,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (11,9%), y frutas y hortalizas transformadas (11,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-62,7%), pan (-20,4%), chocolates y cacaos (-13,2%) y frutos secos (-10,3%).

En términos medios, durante el año 2012, cada madrileño consumió 131 huevos, 53,4 kilos de carne, 27,8 kilos de pescado, 78,7 litros de leche, 32,9 kilos de derivados lácteos, 30,1 kilos de pan, 11,7 litros de aceite, 18,9 litros de cerveza, 62,8 kilos de hortalizas frescas, 110,1 kilos de frutas frescas, 14,1 kilos de platos preparados, 15,2 litros de agua embotellada y 49,2 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 (16,8%), frutas y hortalizas transformadas (12,5%), bollería, pastelería, galletas y cereales (7,5%) y bebidas refrescantes y gaseosas (7,1%) y leche (6,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan (-16,2%), aceite (-9,7%) y derivados lácteos (-6,4%). ○



Hostelería y Restauración

Hay 31.748 licencias relacionadas con actividades de hostelería y restauración –un 11,8% del total nacional–, lo que convierte a la Comunidad de Madrid en la tercera a nivel nacional con mayor dotación en este tipo de establecimientos. El equipamiento de restaurantes, cafeterías, bares y hoteles sitúan a esta comunidad autónoma entre las primeras del país (por ejemplo, segunda en número de cafeterías y cuarta en bares). ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN COMUNIDAD DE MADRID

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MADRID	31.748	7.018	2.715	19.904	1.508	104.691
MADRID/ESPAÑA (%)	11,8	10,8	15,4	10,7	13,6	7,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA 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

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 de la Comunidad Valenciana ascendió en 2012 a 3.319 millones de euros, de los que la producción agrícola aportó 2.525 millones y la ganadería otros 692 millones. El resto de la Producción Final Agraria procedió de otros servicios y producciones.

El valor del consumo de medios de producción se redujo considerablemente; lo que unido a las amortizaciones y deducidas las subvenciones proporcionan como resultado una Renta Agraria de 1.816 millones de euros.

Dentro de la agricultura, el grupo que más aportó a la renta agraria regional fueron las frutas y dentro de éstas, los cítricos, con un valor que supera anualmente los 1.200 millones de euros.

La producción regional de cítricos fue peor que la del año anterior, pero en otras frutas de hueso el balance fue positivo, al igual que en las hortalizas. También fue inferior la cosecha de almendra y aumentó la producción de aceite de oliva.

En cuanto al vino, la producción fue algo menor que la de 2011, con 2,15 millones de hectolitros de vino y mosto, de los que más de la mitad eran vinos con Denominación de Origen.

Las producciones de carne de pollo y de huevos continuaron siendo en 2012 los principales motores de la ganadería valenciana, que también cuenta con producciones minoritarias de porcino, ovino, caprino y conejos. El censo de porcino al acabar el año ascendía a 1,19 millones de cabezas, ligeramente por debajo de 2011.

La producción de leche de vaca ascendió en la campaña 2012/13 a 53.800 toneladas ajustadas a materia grasa, un volumen superior al del año precedente.

Los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) sitúan la media de ocupados en el sector primario en 68.850 personas durante 2012, cifra muy superior a la del año anterior.

PESCA

La flota pesquera de la Comunidad Valenciana está compuesta por 611 embarcaciones, el 6% del total español. Su arqueo total llega hasta 18.357 toneladas (4,8%), con una potencia de 89.972 CV (7,6%) y una eslora promedio de 14,5 metros. La antigüedad media de estos barcos es de 23 años. Los barcos pesqueros de artes menores constituyen el 51% del total. Los mayores puertos pesqueros son los de Santa Pola, Alicante, Vinaroz, Castellón, Villajoyosa y Altea. Las capturas más importantes son las de sardinas, boquerones, pulpos y bacaladillas. Se encuentran en actividad 84 empresas transformadoras, que generan unos 1.380 puestos de trabajo. Las principales producciones acuícolas son las de dorada (41,2 millones de euros), lubina (15,2 millones de euros), anguila (3,7 millones de euros) y corvina (3,2 millones de euros). La acuicultura valenciana da trabajo a 530 personas.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	7,1
CEBADA	23,1
MAÍZ	4,1
ARROZ CÁSCARA	129,2
SANDÍAS	51,2
MELONES	33,1
MANZANA DE MESA	10,3
PERAS	5,8
ALBARICOQUE	8,7
MELOCOTONES	14,2
CIRUELAS	4,6
UVAS DE MESA	81
NARANJAS	1.423
MANDARINAS	285
LIMONES	201
ALMENDRAS GRANO	6,8
PATATAS	43,5
TOMATES FRESCOS	62
LECHUGAS	38,5
PIMIENTOS FRESCOS	40,4
ALCACHOFAS	61,6
COLIFLORES	22,9
CEBOLLAS	45
ZANAHORIAS	9,7
JUDÍAS VERDES	4,9
CALABACÍN	4,4
ACEITE DE OLIVA	26
VINOS Y MOSTOS	2.151 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	46,5 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.198 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	326 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	72 (miles de cabezas)
CONEJOS	688 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	53,8 (Millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de la Comunidad Valenciana en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma participa con el 13,3% del empleo (31.139 personas sobre un total de 234.221) y el 18,4% de las ventas netas de producto con cerca de 8.203 millones de euros sobre un total próximo a los 44.641 millones.



El consumo de materias primas en el sector asciende a 4.443 millones de euros y el número de empresas a 2.006. La mayor facturación procede del subsector de industrias cárnicas con cerca de 1.498 millones de euros, seguido de conservas de frutas y hortalizas con 1.241 millones de euros.
En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias con 7.582 personas, seguido de industrias cárnicas (6.060). En cuanto a empresas, 1.543 cuentan con menos de 10 empleados, 365 tienen de 10 a 49, otras 73 de 50 a 199, y 25 empresas superan los 200 empleados.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	245
Transformación de pescado	66
Conservas de frutas y hortalizas	142
Grasas y aceites (vegetales y animales)	119
Industrias lácteas	81
Productos molinería	57
Pan, pastelería y pastas alimenticias	716
Azúcar, chocolate y confitería	82
Otros productos diversos*	206
Productos alimentación animal	33
Vinos	189
Otras bebidas alcohólicas	32
Aguas y bebidas analcohólicas	38
Total Industria Alimentaria	**2.006**
Total Industria	**25.718**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

La Comunidad Valenciana participa, sobre el total nacional, con el 9,25% de las ventas de la industria alimentaria, el 8,55% en consumo de materias primas, el 8,69% en número de personas ocupadas, y el 13,06% en inversiones en activos materiales.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**8.203.552**
Industrias cárnicas	1.498.129
Transformación de pescado	248.208
Conservas de frutas y hortalizas	1.240.904
Grasas y aceites (vegetales y animales)	88.927
Industrias lácteas	679.723
Productos molinería	801.694
Pan, pastelería y pastas alimenticias	932.906
Azúcar, chocolate y confitería	421.179
Otros productos diversos	502.099
Productos alimentación animal	494.582
Vinos	267.938
Cerveza y malta	435.151
Aguas y bebidas analcohólicas	592.112

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

Distribución alimentaria

La Comunidad Valenciana cuenta con 5.129.000 habitantes y 23.254 km² de extensión, un 10,9% 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 (50,3%) y Alicante en torno al 38%. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores valencianos está por debajo de la media nacional.

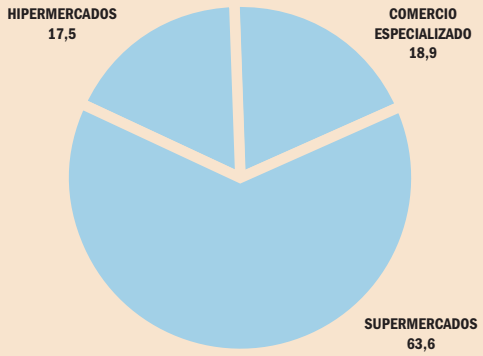
Esta comunidad autónoma tiene 26.228 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación que ocupan 2.976.228 m². Valencia cuenta con el 51,2% de la superficie de venta; Alicante, con el 36,9%; y Castellón, el 11,9%. En la Comunidad Valenciana hay 1.776 supermercados y 44 hipermercados –estos 1.820 establecimientos generan una densidad comercial con 289 m² cada 1.000 habitantes–. Las licencias para la venta ambulante y los mercadillos alcanzan 1.996 (un 11,1% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

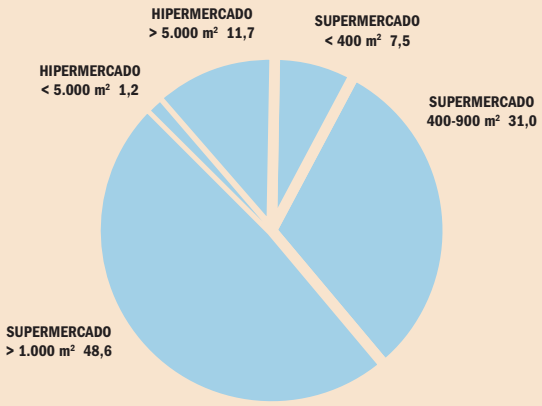
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	26.228	2.976.228	566	668	542	44	1.996
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	11,2	15,3	5,6	10,7	16,2	9,2	11,1

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.393,8 euros (un 5,1% inferior a la media nacional). Carne (23,1%), pescado (11,8%), derivados lácteos (8,8%), frutas frescas (8,7%), hortalizas frescas (7,2%), pan (5,9%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

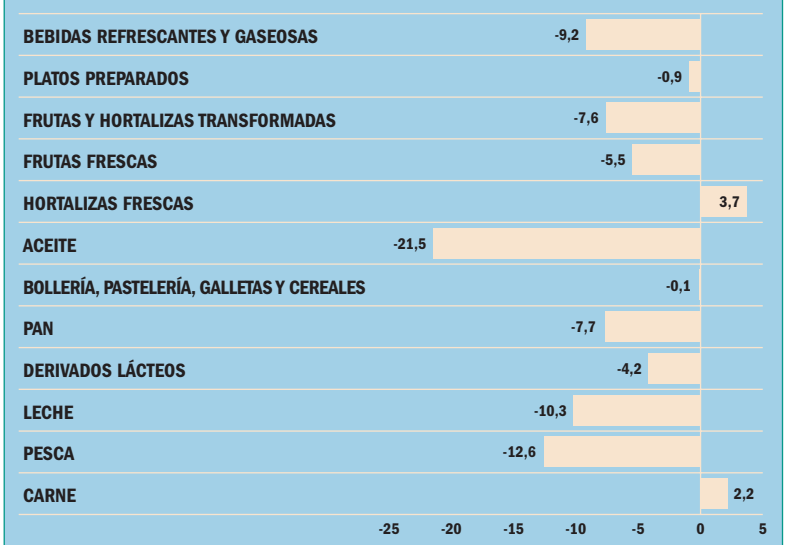


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,7	1,3	-4,9
CARNE	322,3	23,1	-3,1
PESCA	164,4	11,8	-14,5
LECHE	47,7	3,4	-6,8
DERIVADOS LÁCTEOS	123,3	8,8	-0,7
PAN	82,0	5,9	-2,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,7	4,2	-0,6
CHOCOLATES Y CACAOS	20,8	1,5	-8,9
ACEITE	20,7	1,5	-25,3
VINO	15,4	1,1	-20,7
CERVEZAS	19,5	1,4	-4,9
ZUMO Y NÉCTAR	10,0	0,7	1,8
PATATAS	20,8	1,5	-4,0
HORTALIZAS FRESCAS	100,2	7,2	1,5
FRUTAS FRESCAS	121,3	8,7	-10,1
FRUTOS SECOS	19,3	1,4	15,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	23,6	1,7	-13,8
PLATOS PREPARADOS	47,7	3,4	-2,5
CAFÉS E INFUSIONES	24,9	1,8	8,1
AGUA MINERAL	12,9	0,9	20,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,6	2,3	-8,0
OTROS PRODUCTOS	88,0	6,3	0,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.393,8**	**100,0**	**-5,1**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad Valenciana cuentan con un gasto superior en agua mineral (20%), frutos secos (15,4%), cafés e infusiones (8,1%) y zumo y néctar (1,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-25,3%), vino (-20,7%), pescado (-14,5%) y frutas y hortalizas transformadas (-13,8%).

En términos medios, durante el año 2012, cada valenciano consumió 133 huevos, 54 kilos de carne, 23,1 kilos de pescado, 66,3 litros de leche, 33,7 kilos de derivados lácteos, 33,1

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
12 litros de agua mineral	7 litros de leche
2 kilos de hortalizas frescas	6 kilos de frutas frescas
2 kilos de carne fresca	6 litros de leche entera
2 kilos de carne de pollo	4 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
2 kilos de arroz	3 litros de aceite de oliva
1 litro de cerveza	3 kilos de pan
1 kilo de queso	3 kilos de pescado fresco
1 kilo de carne de conejo	2 litros de vinos de mesa
1 litro de batidos de leche	1 kilo de carne de vacuno
1 kilo de carne de cerdo	1 kilo de derivados lácteos
1 kilo de pastas alimenticias	1 kilo de yogurt
1 kilo de helados y tartas	1 kilo de carne certificada

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

kilos de pan, 10,2 litros de aceite, 18,7 litros de cerveza, 64,6 kilos de hortalizas frescas, 98 kilos de frutas frescas, 12 kilos de platos preparados, 64 litros de agua embotellada y 41,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume solamente, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (3,7%) y carne (2,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-21,5%), pescado (-12,6%), leche (-10,3%), bebidas refrescantes y gaseosas (-9,2%) y pan (-7.7%). ○



Hostelería y Restauración

Las licencias relacionadas con actividades de restauración y bares se cifran en 27.709 –cerca de un 10,3% sobre el conjunto de España, cuarta comunidad autónoma con una participación más elevada– y se distribuyen en un 43,3% para Valencia, un 44,1% para Alicante y un 12,6% para Castellón. La Comunidad Valenciana ocupa los primeros lugares a nivel nacional en equipamiento de restaurantes, cafeterías, bares y hoteles. Las pernoctaciones anuales en establecimientos hoteleros para el conjunto de la comunidad autónoma suman en torno a 184 millones. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
C. VALENCIANA	27.709	8.634 (*)	--- (**)	20.069 (***)	1.571	120.793
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	10,3	13,2	---	10,8	14,1	8,4

(*) Se consideran también los restaurantes-cafeterías.

(**) Las cafeterías están contabilizadas tanto en los restaurantes como en los bares.

(***) Se incorporan también las empresas de cafeterías-bares.

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ALICANTE
- CAVA **
- UTIEL-REQUENA
- VALENCIA

HORTALIZAS

- CHUFA DE VALENCIA ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FRUTAS

- KAKI DE LA RIBERA DEL XUQUER ✪
- NÍSPEROS DE CALLOSA D EN SARRIÀ ✪
- UVA DE MESA EMBOLSADA VINALOPÓ ✪

HORTALIZAS

- ALCACHOFA DE BENICARLÓ ✪

ARROCES

- ARROZ DE VALENCIA ✪

ACEITES

- ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA *

VINO DE PAGO

- EL TERREZAZO
- PAGO DE LOS BALAGUESES
- PAGO CHOZAS CARRASCAL



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
- CEREZA
- CLOCHINA
- 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 CCAA*
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria extremeña en 2012 fue de 1.875 millones de euros, a cuya formación contribuyeron la Producción Vegetal con 1.011 millones de euros y la Producción Ganadera con 799 millones. A estas partidas se sumaron otros 75 millones de euros generados por otras producciones y servicios.

Una vez considerados los costes de producción, que subieron, y sumadas las amortizaciones, añadiéndole las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se calculó una Renta Agraria de 1.327 millones de euros.

Con respecto al ejercicio anterior, la Producción Final Agraria se incrementó principalmente gracias al aporte de las producciones vegetales, que supone el 56% del valor total.

Entre las producciones agrícolas, en 2012 el balance fue positivo para las hortalizas gracias al tomate para industria, cuya producción aumentó un 10%. Entre las frutas también fueron buenos los resultados obtenidos y en uva de vinificación la caída de rendimientos se compensó por los buenos precios. La producción de vino y mosto no superó los 3,2 millones de hectolitros, muy por debajo de los 4 millones del año anterior.

Igualmente la producción de aceituna de mesa quedó en 70.000 toneladas y la de aceite fue mucho más baja que la de la campaña 2011/2012.

En el sector ganadero destacó la subida general de precios y el moderado aumento del volumen de producción. La producción de carne tuvo un saldo positivo gracias al porcino y las aves, mientras que la de huevos terminó el año prácticamente igual que en el ejercicio anterior.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE EXTREMADURA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	124,7
CEBADA	54,2
MAÍZ	714,5
ARROZ CÁSCARA	210,3
ALFALFA	0
GUISANTES SECOS	5,9
GIRASOL	16,4
SANDÍAS	28
MELONES	65,5
PERAS	19,5
CEREZAS	37,8
CIRUELAS	105
PATATAS	39
TOMATE CONSERVA	1.397
PIMIENTOS FRESCOS	18,6
PIMIENTOS CONSERVA	10
CEBOLLAS	5
TABACO	33,2
ACEITE DE OLIVA	25
ACEITUNAS DE MESA	70
VINOS Y MOSTOS	3.190 (miles de hl).
CABAÑA BOVINA	729 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	3.380 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	280 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.054 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	4,4 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 11/12	28,7 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



El censo de bovino en Extremadura ascendía al acabar 2012 a 729.000 cabezas y el de porcino a 1,1 millones de animales, en ambos casos por debajo de 2011.

La producción extremeña de leche de vaca volvió a caer en la campaña 2012/13 y se situó en 28.700 toneladas (ajustadas por materia grasa). En esta región también es importante la producción de leche de oveja, que se destina principalmente a la industria quesera.

La Encuesta de Población Activa (EPA) refleja una ocupación media en el sector agrario extremeño de 37.600 personas durante 2012, un 3% más que en 2011.

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Extremadura, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 35,3% del empleo (9.759 personas sobre un total de 27.662) y el 35,8% de las ventas netas de producto con cerca de 1.889 millones de euros sobre un total superior a 5.276 millones.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 1.169 millones de euros y el número de empresas a 1.425. La mayor facturación procede del subsector de industrias cárnicas, con cerca de 511 millones de euros, seguido de conservas de frutas y hortalizas, con 365 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industrias cárnicas con 2.773 personas, seguido de conservas de frutas y hortalizas (1.797). En cuanto a empresas, 1.232 cuentan con menos de 10 empleados, 168 tienen de 10 a 49, otras 25 empresas de 50 a 199, y ninguna supera los 200 empleados.

Extremadura participa, sobre el total nacional, con el 2,13% de las ventas de la industria alimentaria, el 2,24% en consumo de materias primas, el 2,72% en número de personas ocupadas, y el 2,58% en inversiones en activos materiales.



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	270
Transformación de pescado	6
Conservas de frutas y hortalizas	109
Grasas y aceites (vegetales y animales)	99
Industrias lácteas	97
Productos molinería	26
Pan, pastelería y pastas alimenticias	517
Azúcar, chocolate y confitería	14
Otros productos diversos*	57
Productos alimentación animal	75
Vinos	138
Otras bebidas alcohólicas	4
Aguas y bebidas analcohólicas	13
Total Industria Alimentaria	**1.425**
Total Industria	**5.097**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**1.889.314**
Industrias cárnicas	511.008
Transformación de pescado	5.568
Conservas de frutas y hortalizas	365.279
Grasas y aceites (vegetales y animales)	134.905
Industrias lácteas	39.381
Productos molinería	58.648
Pan, pastelería y pastas alimenticias	62.795
Azúcar, chocolate y confitería	16.517
Otros productos diversos	241.345
Productos alimentación animal	256.482
Vinos	144.315
Aguas y bebidas analcohólicas	32.896

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Extremadura tiene 1.108.000 habitantes y una extensión de 41.634 km². La provincia de Badajoz concentra al 62,7% 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.

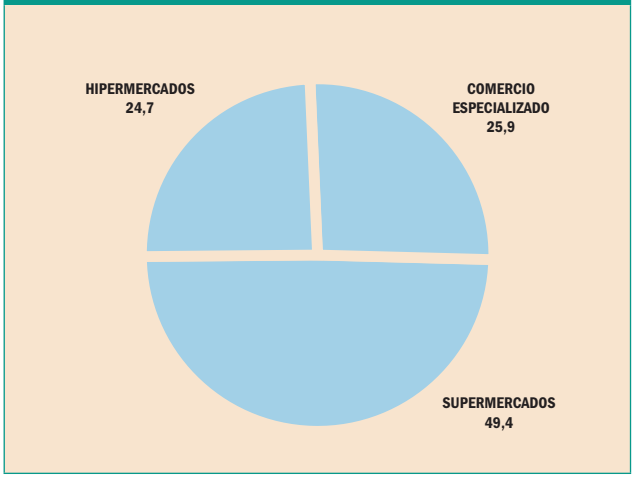
En Extremadura se localizan 7.146 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación, que ocupan 392.425 m². Badajoz cuenta con un 63,1% de las licencias y un 64,3% de la superficie, mientras que Cáceres tiene un 36,9% y un 35,7%, respectivamente. Hay instalados 910 supermercados y 12 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 309.714 m² y generan una densidad comercial de casi 279,4 m² por cada 1.000 habitantes. Hay 666 licencias para la venta ambulante y en mercadillos, un 3,7% sobre el total nacional, que se distribuye en un 58,7% para Badajoz y un 41,3% para Cáceres.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

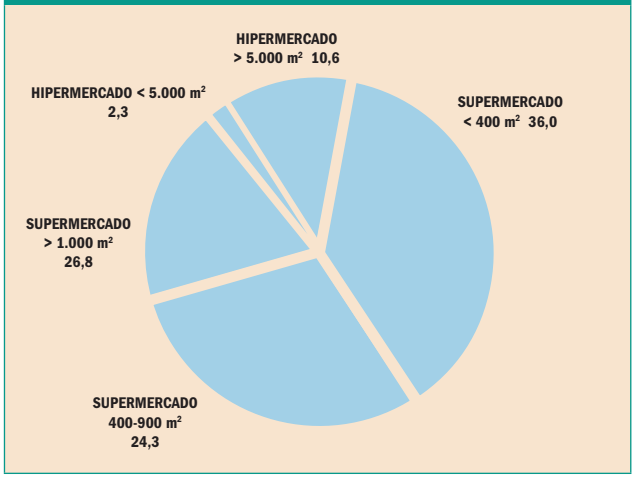
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	7.146	392.425	726	126	58	12	666
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	3,0	2,0	7,2	2,0	1,7	2,5	3,7

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN EXTREMADURA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN EXTREMADURA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.222,5 euros (un 16,7% inferior a la media nacional). Carne (22,7%), pescado (12,5%), derivados lácteos (8,9%), frutas frescas (8,1%), pan (6,9%), hortalizas frescas (5,6%) y leche (4,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

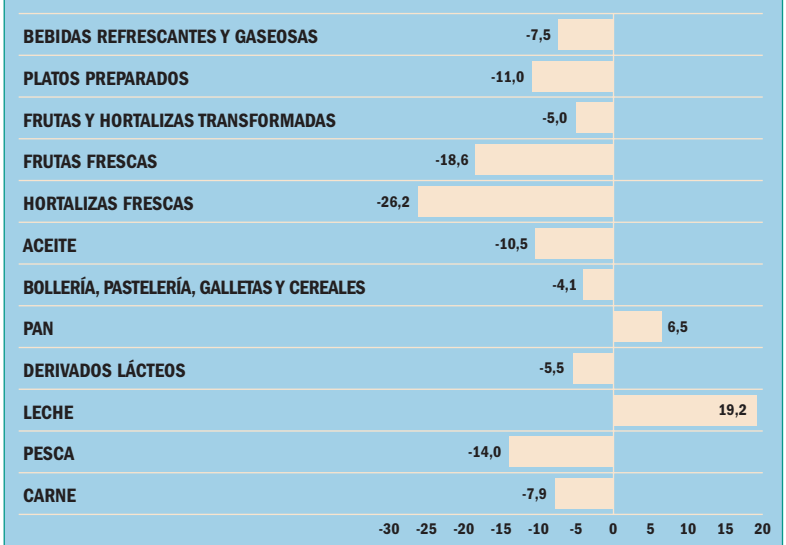


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	15,2	1,2	-18,3
CARNE	277,0	22,7	-16,8
PESCA	153,1	12,5	-20,4
LECHE	59,8	4,9	16,9
DERIVADOS LÁCTEOS	109,2	8,9	-12,1
PAN	84,6	6,9	0,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	49,9	4,1	-15,5
CHOCOLATES Y CACAOS	20,0	1,6	-12,4
ACEITE	23,3	1,9	-16,0
VINO	10,7	0,9	-44,9
CERVEZAS	21,6	1,8	5,4
ZUMO Y NÉCTAR	7,8	0,6	-19,9
PATATAS	17,7	1,5	-18,1
HORTALIZAS FRESCAS	68,8	5,6	-30,4
FRUTAS FRESCAS	99,3	8,1	-26,4
FRUTOS SECOS	12,2	1,0	-26,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	23,8	1,9	-13,2
PLATOS PREPARADOS	40,9	3,3	-16,4
CAFÉS E INFUSIONES	15,7	1,3	-31,8
AGUA MINERAL	8,9	0,7	-17,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	31,8	2,6	-10,3
OTROS PRODUCTOS	71,3	5,8	-18,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.222,5**	**100,0**	**-16,7**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
14 litros de leche	19 kilos de frutas frescas
4 litros de cerveza	16 kilos de hortalizas frescas
2 kilos de pan	5 kilos de patatas
1 kilo de carne de cerdo	4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas
1 kilo de queso fresco	3 kilos de carne de vacuno
1 kilo de pescado congelado	3 kilos de pescado fresco
1 kilo de carne de pollo	2 kilos de derivados lácteos
1 kilo de yogurt	2 litros de vinos con denominación de origen
1 kilo de margarina	2 litros de aceite de oliva
1 kilo de conservas de mariscos, moluscos y crustáceos	2 litros de vinos de mesa
1 litro de aceite de girasol	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 kilo de cafés e infusiones	1 kilo de carne de conejo

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Extremadura cuentan con un gasto superior en leche (16,9%), cervezas (5,4%) y pan (0,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-44,9%), cafés e infusiones (-31,8%), hortalizas frescas (-30,4%) y frutos secos (-26,9%).

En términos medios, durante el año 2012, cada extremeño consumió 111 huevos, 48,7 kilos de carne, 22,7 kilos de pescado, 88,1 litros de leche, 33,2 kilos de derivados lácteos, 38,2 kilos de pan, 11,6 litros de aceite, 21,3 litros de cerveza, 46 kilos de hortalizas frescas, 84,4 kilos de frutas frescas, 10,7 kilos de platos preparados, 51,3 litros de agua embotellada y 42,4 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 (19,2%) y pan (6,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-26,2%), frutas frescas (-18,6%), pescado (-14%), platos preparados (-11%) y aceite (-10,5%). ○



Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares cuentan en Extremadura con 6.850 licencias, un 2,5% del total nacional, de las que el 51,2% está en Badajoz y el 48,8% 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

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
EXTREMADURA	6.850	709	511	5.302	201	20.002
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,5	1,1	2,9	2,8	1,8	1,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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 HUELVA **/✪

FRUTAS

- CEREZA DEL JERTE ✪





CONDIMENTOS

- PIMENTÓN DE LA VERA ✪

ACEITES

- ACEITE MONTERRUBIO ✪
- GATA-HURDES ✪

MIEL

- MIEL VILLUERCAS-IBORES



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- TERNERA DE EXTREMADURA ✪
- CARNE DE ÁVILA **/✪
- CORDERO DE EXTREMADURA ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- RIBERA DEL GUADIANA
- CAVA **/✪





VINOS DE LA TIERRA

- EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

- ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA
- ARROZ
- CEREZA
- PIMENTÓN
- FRUTA DE HUESO
- FRUTA DE PEPITA
- TABACO
- TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL
- MAÍZ

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)

*** Denominación compartida con otras CCAA únicamente en la zona de producción*

✪ Inscrita en el Registro de la UE

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

En 2012 el valor de Producción Final Agraria, a precios corrientes, ascendió en Galicia a 2.379 millones de euros. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas con 1.471 millones de euros, las agrícolas con 815 millones de euros y el resto con otras producciones (forestales, etc.) y servicios. Teniendo en cuenta consumos intermedios, las subvenciones y amortizaciones, la Renta Agraria en Galicia se elevó a 909 millones de euros.

En 2012 el comportamiento de la ganadería fue mejor que el de la agricultura, especialmente en los sectores porcino, vacuno de carne, lácteo y avícola.

La producción de leche de vaca en la campaña 2012/13 superó los 2,37 millones de litros, un volumen superior al de la anterior campaña, y la cabaña de vacas lecheras se situó en 337.000 cabezas.

En la producción de vacuno de carne se registró un incremento de precios y en porcino cerró un balance positivo en producción y en precios, mientras que los sectores avícolas y cunícola también vieron como los precios se recuperaban, especialmente los de los huevos.

En 2012 la producción de vino y mosto no superó los 327.500 hectolitros, un volumen muy inferior al de la campaña anterior.

En hortalizas las cosechas fueron mejores y lo mismo sucedió con las cosechas de castañas y de nueces. También fue muy estable la producción de kiwi, que se situó en 23.500 toneladas, algo menos que en el año anterior.

Según los datos medios de la Encuesta de Población Activa (EPA), la media de ocupados en el sector primario gallego fue durante 2012 de 79.800 personas, un 4% menos que en 2011. ●

PESCA

En Galicia se encuentran activos 4.843 barcos pesqueros, el 47,9% del total español. Su arqueo total es de 164.484 toneladas (42,7%) y su potencia llega a 406.441 CV (34,3%). La eslora promedio es de 8,9 metros, la más pequeña de todo el país, mientras que su antigüedad ronda los 32 años. El sector pesquero gallego es el más importante de toda España, contribuyendo con alrededor del 11% al PIB de esta comunidad autónoma. Existen 63 cofradías de pescadores y cuenta con 72 puertos pesqueros y 63 lonjas. Los principales puertos para la flota de altura gallega son los de A Coruña, Vigo, Marín, Celeiro y Burela. El 87% de los barcos son de porte muy pequeño y faenan en aguas interiores. Por volumen, las capturas más importantes son las formadas por los peces, seguidos por los bivalvos, los crustáceos y los cefalópodos. Las sardinas constituyen la principal especie capturada, seguidas por los jureles, las pescadillas y las merluzas. En Galicia hay 65 empresas conserveras que generan unos 11.950 puestos de trabajo y representan el 3% del PIB de la comunidad autónoma. Las principales producciones acuícolas son las de mejillón (107,2 millones de euros), rodaballo (49,2 millones de euros), trucha arco iris (13,2 millones de euros), almeja japonesa (6,7 millones de euros), almeja babosa (3,6 millones de euros), ostra (3,5 millones de euros), almeja fina (3,1 millones de euros), berberecho (3,1 millones de euros), besugo (2,3 millones de euros) y lenguado (2,2 millones de euros). Trabajan en la acuicultura gallega 23.270 personas. ○

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE GALICIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	37
MAÍZ	147
KIWI	23,5
MANZANAS DE MESA	80,8
MANZANASDE SIDRA	80
PATATAS	451,8
TOMATES FRESCOS	112,2
PIMIENTOS	63,2
CASTAÑAS	195
JUDÍAS VERDES	39
LECHUGAS	20,2
VINOS Y MOSTOS	327,5 (Miles de hectolitros)
CABAÑA BOVINA	933,5 (Miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	337 (Miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	2.367 (Millones de litros)
CABAÑA CAPRINA	48 (Miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.087 (Miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	227 (Miles de cabezas)
CONEJOS	1.194 (miles de animales)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Galicia, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 19,5% del empleo (27.059 personas sobre un total de 138.757) y el 24,5% de las ventas netas de producto con cerca de 7.068 millones de euros sobre un total superior a 28.815 millones.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 4.409 millones de euros y el número de empresas a 2.412. La mayor facturación procede del subsector de transformación de pescado con cerca de 2.435 millones de euros, seguido de industrias lácteas con 1.154.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de transformación de pescado con 9.315 personas, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias con 6.051. En cuanto a empresas, 1.996 cuentan con menos de 10 empleados, 328 tienen de 10 a 49, otras 65 empresas de 50 a 199, y 23 superan los 200 empleados.

Galicia participa, sobre el total nacional, con el 7,97% de las ventas de la industria alimentaria, el 8,48% en consumo de materias primas, el 7,55% en número de personas ocupadas, y el 5,41% en inversiones en activos materiales.

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GALICIA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	176
Transformación de pescado	187
Conservas de frutas y hortalizas	18
Grasas y aceites (vegetales y animales)	7
Industrias lácteas	95
Productos molinería	53
Pan, pastelería y pastas alimenticias	1.185
Azúcar, chocolate y confitería	42
Otros productos diversos*	76
Productos alimentación animal	62
Vinos	417
Otras bebidas alcohólicas	63
Aguas y bebidas analcohólicas	31
Total Industria Alimentaria	**2.412**
Total Industria	**13.421**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GALICIA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**7.068.469**
Industrias cárnicas	922.071
Transformación de pescado	2.434.732
Conservas de frutas y hortalizas	17.352
Grasas y aceites (vegetales y animales)	116.218
Industrias lácteas	1.153.556
Productos molinería	54.588
Pan, pastelería y pastas alimenticias	285.928
Azúcar, chocolate y confitería	28.061
Otros productos diversos	278.971
Productos alimentación animal	953.812
Vinos	135.308
Otras bebidas alcohólicas	174.335
Aguas y bebidas analcohólicas	513.537

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Galicia tiene 2.781.500 habitantes y 29.574 km² de extensión, un 5,9% de la población y también cerca de un 6% del territorio sobre el total nacional. A Coruña concentra el 41,1% de la población y Pontevedra el 34,5%. El poder de compra de los consumidores gallegos, tomando como referencia el gasto medio por persona, se sitúa por debajo de la media nacional.

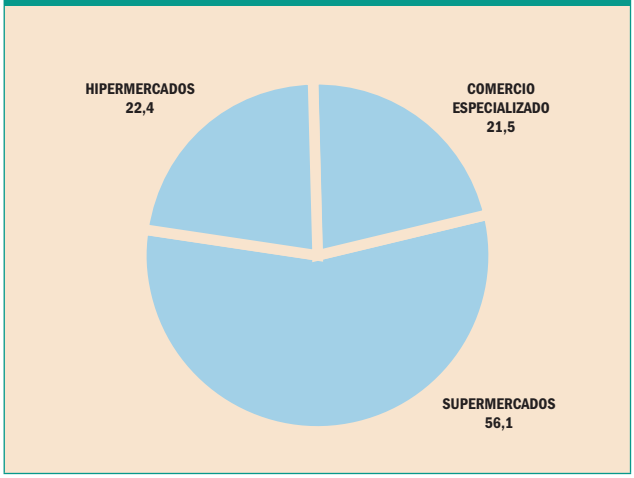
En Galicia hay 13.863 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación que ocupan 1.192.809 m². A Coruña tiene el 41,7% de la superficie; Pontevedra, el 30,3%; Lugo, el 14,6%; y Ourense, el 13,4%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.433 supermercados y 35 hipermercados, con un total de 861.670 m², que suponen una densidad comercial de 309,8 m² cada 1.000 habitantes. Las licencias relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 1.819, un 10,1% sobre el total nacional, que se distribuyen en un 39,4% para A Coruña, un 40,1% en Pontevedra, un 12,0% en Ourense y un 8,5% en Lugo.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA

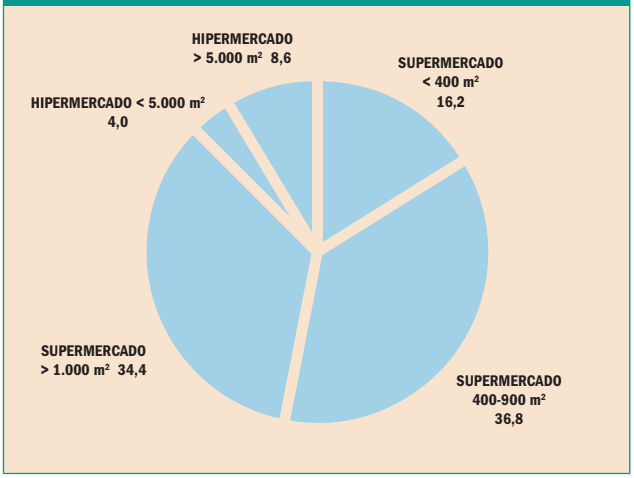
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	13.863	1.142.809	691	530	212	35	1.819
GALICIA/ESPAÑA (%)	5,9	6,1	6,8	8,5	6,3	7,3	10,1

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN GALICIA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN GALICIA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.497,4 euros (un 2% superior a la media nacional). Carne (21,9%), pescado (14,8%), frutas frescas (9,5%), derivados lácteos (8,4%), pan (7,1%), hortalizas frescas (6,3%) y leche (4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

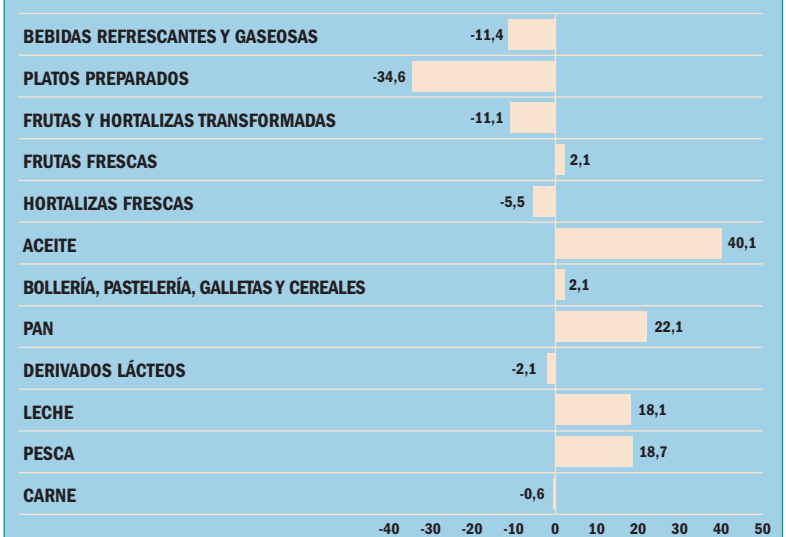


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES) 2012

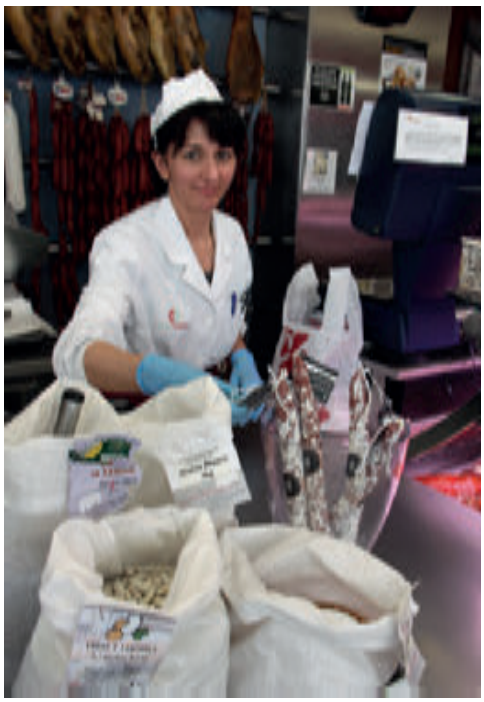
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,7	1,3	6,0
CARNE	328,0	21,9	-1,4
PESCA	221,4	14,8	15,2
LECHE	59,4	4,0	16,1
DERIVADOS LÁCTEOS	126,2	8,4	1,6
PAN	106,8	7,1	26,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,1	3,9	-1,7
CHOCOLATES Y CACAOS	29,1	1,9	27,4
ACEITE	37,1	2,5	34,0
VINO	25,0	1,7	29,0
CERVEZAS	13,8	0,9	-32,9
ZUMO Y NÉCTAR	7,4	0,5	-24,3
PATATAS	23,1	1,5	6,4
HORTALIZAS FRESCAS	93,8	6,3	-5,1
FRUTAS FRESCAS	141,6	9,5	5,0
FRUTOS SECOS	14,5	1,0	-13,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,3	1,7	-7,5
PLATOS PREPARADOS	30,9	2,1	-36,8
CAFÉS E INFUSIONES	21,4	1,4	-7,3
AGUA MINERAL	7,2	0,5	-33,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	31,1	2,1	-12,3
OTROS PRODUCTOS	76,6	5,1	-12,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.497,4**	**100,0**	**2,0**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
13 litros de leche	18 litros de agua mineral
8 kilos de pan	8 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	5 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
3 kilos de carne de vacuno	4 kilos de platos preparados
3 kilos de patatas	3 kilos de hortalizas frescas
3 kilos de carne de cerdo	2 kilos de carne de pollo
3 litros de aceite de girasol	2 litros de zumo y néctar
2 kilos de frutas frescas	2 kilos de carnes transformadas
2 litros de aceite de oliva	1 kilo de legumbres
2 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de arroz
2 litros de vinos de mesa	1 kilo de derivados lácteos
1 kilo de azúcar	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Galicia cuentan con un gasto superior en aceite (34%), vino (29%), chocolates y cacaos (27,4%) y pan (26,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-36,8%), agua mineral (-33,4%), cervezas (-32,9%) y zumo y néctar (-24,3%).
En términos medios, durante el año 2012, cada gallego consumió 120 huevos, 52,5 kilos de carne, 31,3 kilos de pescado, 87,3 litros de leche, 34,4 kilos de derivados lácteos, 43,8 kilos de pan, 18,1 litros de aceite, 9,8 litros de cerveza, 58,9 kilos de hortalizas frescas, 105,9 kilos de frutas frescas, 7,9 kilos de platos preparados, 33,9 litros de agua embotellada y 40,7 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 (40,1%), pan (22,1%), pescado (18,7%), leche (18,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (2,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-34,6%), bebidas refrescantes y gaseosas (-11,4%), frutas y hortalizas transformadas (-11,1%), hortalizas frescas (-5,5%), y derivados lácteos (-2,2%). ○



Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares alcanzan 19.370 licencias, lo que supone un 7,2% sobre el conjunto de España. A Coruña cuenta con un 44,9%; Pontevedra, un 30,6%; Lugo, un 13,1%; y Ourense, un 11,4%. El equipamiento en restaurantes, cafeterías, bares y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el quinto y el séptimo puesto. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	19.370	3.556	1.566	15.219	425	63.155
GALICIA/ESPAÑA (%)	7,2	5,5	8,9	8,2	3,8	4,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- AUGARDENTE DE GALICIA (ORUJO DE GALICIA)
- AUGARDENTE DE HERBAS DE GALICIA (AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA)
- LICOR DE HERBAS DE GALICIA (LICOR DE HIERBAS DE GALICIA)
- LICOR CAFÉ DE GALICIA











INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

- LACÓN GALLEGO
- TERNERA GALLEGA

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

FRUTAS

- CASTAÑA DE GALICIA

LEGUMBRES

- FABA DE LOURENZÁ

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

VINOS DE LA TIERRA

- BETANZOS
- VAL DO MIÑO-OURENSE (VALLE DEL MIÑO-OURENSE)
- BARBANZA E IRIA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- AGRICULTURA ECOLÓXICA DE GALICIA (CRAEGA)

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria de las Islas Baleares alcanzó en 2012 un valor de 303 millones de euros. De esta cantidad correspondieron 197 millones a la Producción Final Vegetal y 104 millones a la Producción Final del sector ganadero.

Los consumos intermedios supusieron en torno a 160 millones de euros que, unidos a las amortizaciones y deducidas las subvenciones no vinculadas a productos agrarios, arrojan una cifra que, restada del valor de la Producción Agraria, supone un monto de 124 millones de euros, correspondientes a la Renta Agraria generada por el sector.

Dentro del sector agrícola, el balance fue bueno para el vino, con más producción, mientras que el aceite tuvo un saldo negativo, con casi 400 toneladas producidas. Entre las frutas, la cosecha de albaricoque, la principal producción de la isla, se mantuvo y fue muy superior la producción de almendra, que es otro de los cultivos emblemáticos. Con respecto a los cereales, que ocupan buena parte de la superficie cultivada, los resultados fueron de nuevo buenos para el trigo.

Finalmente, las cosechas de hortalizas como el tomate, la alcachofa o la berenjena tuvieron un saldo positivo.

En el sector ganadero, la producción de leche de vaca se situó en la campaña 2012/2013 en 58.200 toneladas, un volumen inferior al de la campaña anterior. Al acabar el año, el censo de vacuno rondaba las 26.700 cabezas, de las que casi el 50% eran vacas de leche.

La media de ocupados en el sector primario (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) en las Islas Baleares ascendía en 2012 a 4.925 personas, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). ●

PESCA

La flota pesquera balear se encuentra formada por 393 barcos, lo que supone el 3,9% del total español. Su arqueo total es de 3.766 toneladas (1%), su potencia llega a 29.155 CV (2,4%) y su eslora promedio se sitúa en 9,6 metros. La antigüedad media de todos estos buques es de 35 años, la segunda mayor de todo el país. Se encuentran activas 16 cofradías de pescadores. Las principales capturas de la pesca artesanal, que constituye el 81,3% de toda la flota pesquera balear, son los cabrachos, meros, dentones y otras especies de roca. También destacan las capturas de calamar, choco y pulpo. Las principales producciones acuícolas son la lubina (4,7 millones de euros), la dorada (4,4 millones de euros) y el mejillón mediterráneo (526.340 euros). Trabajan en la acuicultura unas 90 personas. ○



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ISLAS BALEARES

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	14,6
CEBADA	46,1
MAÍZ	1,7
SANDÍAS	10,1
MELONES	2,2
NARANJAS	9
ALMENDRA GRANO	1,2
PATATAS	54,9
TOMATES	11,1
PIMIENTOS FRESCOS	2,5
CEBOLLAS	11,9
LECHUGAS	6
CALABACÍN	2,5
VINOS Y MOSTOS	40,6 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	26,7 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	320 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	15 (miles de cabezas)
CONEJO	4 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 11/12	58,2 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de Baleares, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 19,1% del empleo (4.215 personas sobre un total de 22.068) y el 23,3% de las ventas netas de producto, con cerca de 586 millones de euros sobre un total próximo a 2.517 millones.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 327 millones de euros y el número de empresas a 485. La mayor facturación procede del subsector de aguas minerales y bebidas analcohólicas con cerca de 212 millones de euros, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias, con 117 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias con 1.695 personas, seguido a larga distancia de industrias cárnicas (573). En cuanto a empresas, 393 cuentan con menos de 10 empleados, 84 tienen de 10 a 49, otras 8 empresas de 50 a 199, y ninguna supera los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Baleares participa, sobre el total nacional, con el 0,66% de las ventas de la industria alimentaria, el 0,62% en consumo de materias primas, el 1,18% en número de personas ocupadas, y el 0,42% en inversión en activos materiales. ○

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	62
Conservas de frutas y hortalizas	9
Grasas y aceites (vegetales y animales)	14
Industrias lácteas	35
Productos molinería	7
Pan, pastelería y pastas alimenticias	200
Azúcar, chocolate y confitería	10
Otros productos diversos*	50
Productos alimentación animal	7
Vinos	63
Otras bebidas alcohólicas	17
Aguas y bebidas analcohólicas	11
Total Industria Alimentaria	**485**
Total Industria	**4.593**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**586.206**
Industrias cárnicas	63.827
Conservas de frutas y hortalizas	2.666
Industrias lácteas	70.821
Pan, pastelería y pastas alimenticias	117.337
Azúcar, chocolate y confitería	6.744
Otros productos diversos	23.609
Productos alimentación animal	22.839
Vinos	23.627
Otras bebidas alcohólicas	26.999
Aguas y bebidas analcohólicas	212.106

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Baleares cuenta con 1.119.500 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 128,3 millones de pernoctaciones anuales. El poder de compra de las familias de Baleares, en función del gasto medio por persona, es ligeramente superior a la media nacional.

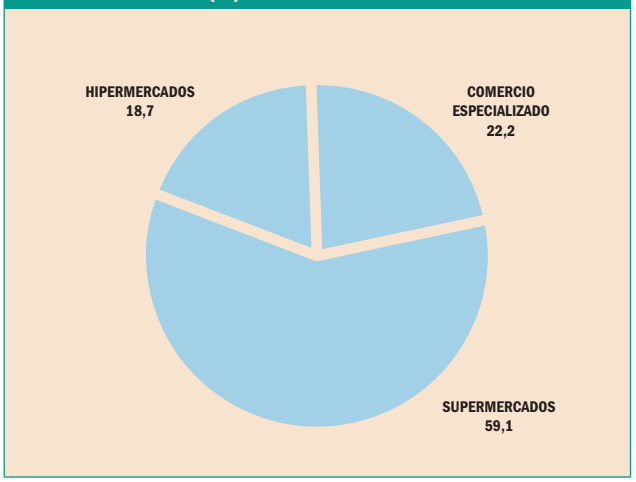
Baleares tiene 4.854 licencias para actividades de distribución alimentaria que alcanzan 449.849 m². Se contabilizan 572 supermercados y 12 hipermercados, que suman 302.251 m². La densidad comercial se sitúa en 270 m² cada 1.000 habitantes. Las licencias para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 438, un 2,4% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

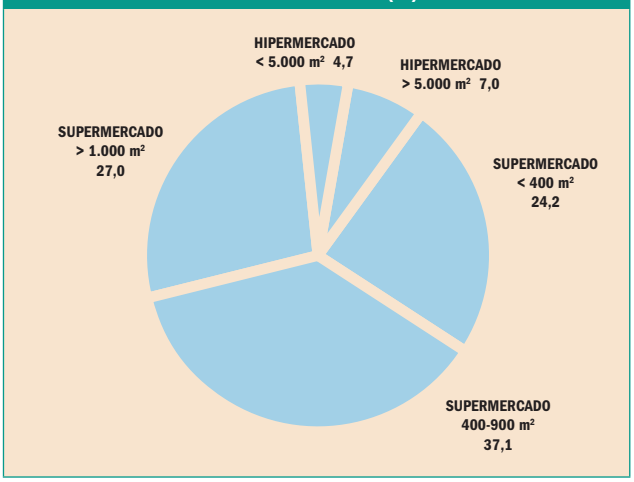
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
BALEARES	4.854	449.849	332	178	62	12	438
BALEARES/ESPAÑA (%)	2,1	2,3	3,3	2,8	1,9	2,5	2,4

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN ISLAS BALEARES (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ISLAS BALEARES (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Baleares registró un gasto per cápita en alimentación de 1.476,9 euros (un 0,6% superior a la media nacional). Carne (20,3%), derivados lácteos (10,5%), pescado (9,8%), frutas frescas (9,1%), hortalizas frescas (7,1%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

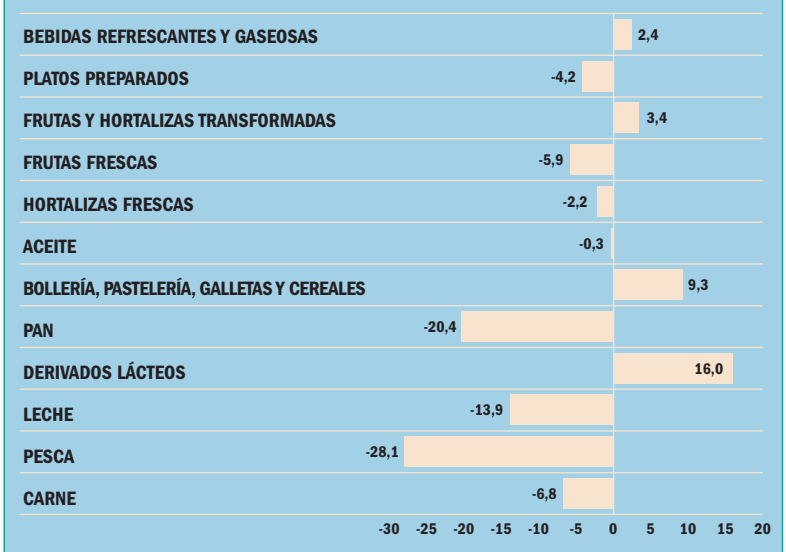


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ISLAS BALEARES (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,0	1,2	-3,4
CARNE	300,5	20,3	-9,7
PESCA	144,7	9,8	-24,7
LECHE	45,1	3,1	-11,8
DERIVADOS LÁCTEOS	155,0	10,5	24,8
PAN	66,1	4,5	-21,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	65,2	4,4	10,3
CHOCOLATES Y CACAOS	26,7	1,8	16,9
ACEITE	27,1	1,8	-2,0
VINO	29,0	2,0	49,6
CERVEZAS	21,3	1,4	3,8
ZUMO Y NÉCTAR	11,7	0,8	19,7
PATATAS	22,6	1,5	4,3
HORTALIZAS FRESCAS	104,9	7,1	6,2
FRUTAS FRESCAS	135,0	9,1	0,1
FRUTOS SECOS	18,0	1,2	7,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,8	2,0	5,4
PLATOS PREPARADOS	52,3	3,5	7,0
CAFÉS E INFUSIONES	32,6	2,2	41,4
AGUA MINERAL	25,1	1,7	133,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	39,0	2,6	10,1
OTROS PRODUCTOS	108,1	7,3	23,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.476,9**	**100,0**	**0,6**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE ISLAS BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ISLAS BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
67 litros de agua mineral	10 litros de leche
6 kilos de derivados lácteos	7 kilos de pan
4 litros de vinos con denominación de origen	6 kilos de frutas frescas
2 kilos de harina	5 kilos de pescado fresco
2 kilos de helados y tartas	2 kilos de carne transformada
2 kilos de arroz	2 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos
2 kilos de carne de pollo	1 kilo de carne de vacuno
2 kilos de pastas alimenticias	1 kilo de hortalizas frescas
1 kilo de queso	1 litro de vinos de mesa
1 litro de gaseosa y bebidas refrescantes	1 kilo de carne de ovino/caprino
1 kilo de aceitunas	1 kilo de platos preparados
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de carne de cerdo

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Baleares cuentan con un gasto superior en agua mineral (133,6%), vino (49,6%), cafés e infusiones (41,4%) y derivados lácteos (24,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-24,7%), pan (-21,7%), leche (-11,8%) y carne (-9,7%).

En términos medios, durante el año 2012, cada balear consumió 128 huevos, 49,2 kilos de carne, 19 kilos de pescado, 63,6 litros de leche, 40,8 kilos de derivados lácteos, 28,6 kilos de pan, 12,9 litros de aceite, 18,1 litros de cerveza, 60,9 kilos de hortalizas frescas, 97,6 kilos de frutas frescas, 11,6 kilos de platos preparados, 118,4 litros de agua embotellada y 47 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Baleares se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de derivados lácteos (16%), bollería, pastelería, galletas y cereales (9,3%), frutas y hortalizas transformadas (3,4%), y bebidas refrescantes y gaseosas (2,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-28,1%), pan (-20,4%), leche (-13,9%), carne (-6,8%), y frutas frescas (-5,9%). ○



Hostelería y Restauración

Para las actividades de restauración y bares hay 8.710 licencias, un 3,2% del total nacional. Baleares es una de las comunidades autónomas que tienen un mayor número de cafeterías y de plazas hoteleras: un 15% del total de España en el primer caso y un 13,2% en el segundo. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ISLAS BALEARES

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ISLAS BALEARES	8.710	4.147	2.659	3.723	336	188.402
ISLAS BALEARES/ ESPAÑA (%)	3,2	6,4	15,0	2,0	3,0	13,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

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 MENORCA
- PALO DE MALLORCA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDOS

- SOBRASSADA DE MALLORCA ✪

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

- ENSAIMADA 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 de La Rioja ascendió en 2012 a 539 millones de euros. De esta cifra, 420 millones de euros fueron aportados por las producciones agrícolas y 113 millones por las producciones ganaderas. 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 317 millones de euros en 2012, un 5% más.

El valor de la producción vegetal aumentó un 3,6% en 2012 y dentro de este subgrupo, el de los cereales grano sufrió un descenso del 9% en los volúmenes producidos, debido especialmente a la sequía, pero los precios subieron y el valor final fue positivo. La superficie de siembra de patata fue inferior y la producción se redujo un 14%, aunque los precios fueron altos.

La horticultura riojana presentó un ligero aumento de su valor económico (2%), por el aumento de precios, ya que las producciones descendieron y en el sector de las frutas el comportamiento fue similar.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA RIOJA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	148,4
CEBADA	51
MAÍZ	6,4
REMOLACHA AZUCARERA	135
PERAS	47
MELOCOTONES	13,4
PATATAS	82,5
TOMATES FRESCOS	13,5
PMIENTOS FRESCOS	3,9
ALCACHOFAS	2,8
COLIFLORES	10,6
CHAMPIÑÓN	71
JUDÍAS VERDES	16
ZANAHORIAS	10
VINOS Y MOSTOS	1.835,8 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	37,4 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	113 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	11 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	107 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	1,9 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	15,7 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

En el valor a precios de productor del sector del aceite de oliva aumentó en un 18% gracias a los buenos precios y en el sector del vino, debido a la sequía sufrida en el año 2012, la cosecha de uva se recortó un 7%, pero el valor económico fue favorable gracias a una subida de los precios. La producción total se elevó a 1,83 millones de hectolitros.

El sector ganadero hubo un aumento del valor del 7,5% en comparación con 2011, por los mejores precios. El censo de bovino de cebo disminuyó un 5%. El censo de vacas de ordeño se mantuvo y la producción en la campaña 2011/2012 aumentó hasta situarse en 15,7 millones de litros. A este volumen se les sumaron las producciones minoritarias de leche de oveja y de cabra.

La población ocupada en el sector agrario de La Rioja durante 2012 (media de los cuatro trimestres) fue de unas 6.600 personas, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) un 9% más que en 2011.

Industria Alimentaria

El sector alimentario de La Rioja, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 26,5% del empleo (7.057 personas sobre un total de 26.632) y el 36,2% de las ventas netas de producto con más de 1.835 millones de euros sobre un total superior a 5.069 millones.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 848 millones de euros y el número de empresas a 731. La mayor facturación procede del subsector de vinos, con cerca de 776 millones de euros, seguido de conservas de frutas y hortalizas con 316 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de vinos con 2.555 personas, seguido de conservas de frutas y hortalizas (1.296). En cuanto a empresas, 590 cuentan con menos de 10 empleados, 116 tienen de 10 a 49, otras 22 empresas de 50 a 199, y 3 superan los 200 empleados.

La comunidad autónoma de La Rioja participa, sobre el total nacional, con el 2,07% de las ventas de la industria alimentaria, el 1,63% en consumo de materias primas, el 1,97% en número de personas ocupadas, y el 1,34% en inversiones en activos materiales.

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	77
Transformación de pescado	4
Conservas de frutas y hortalizas	61
Grasas y aceites (vegetales y animales)	24
Industrias lácteas	9
Productos molinería	7
Pan, pastelería y pastas alimenticias	114
Azúcar, chocolate y confitería	9
Otros productos diversos*	21
Productos alimentación animal	2
Vinos	391
Otras bebidas alcohólicas	9
Aguas y bebidas analcohólicas	3
Total Industria Alimentaria	**731**
Total Industria	**2.529**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**1.835.596**
Industrias cárnicas	291.875
Transformación de pescado	10.572
Conservas de frutas y hortalizas	315.686
Grasas y aceites (vegetales y animales)	10.953
Industrias lácteas	13.621
Productos molinería	52.101
Pan, pastelería y pastas alimenticias	65.981
Azúcar, chocolate y confitería	6.708
Otros productos diversos	228.928
Productos alimentación animal	50.703
Vinos	775.812
Otras bebidas alcohólicas	9.415

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km² y tiene 323.600 habitantes. Logroño cuenta con cerca del 52% de la población, aunque existen otros municipios que superan los 3.000 habitantes y que, de forma conjunta, agrupan a cerca del 38% de la población de la región. El poder de compra de los habitantes de esta comunidad autónoma, tomando como referencia el gasto medio por persona, es superior a la media nacional.

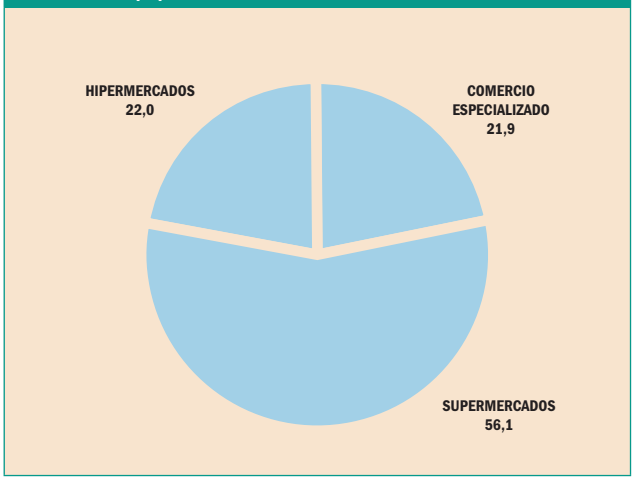
En esta comunidad hay 5.912 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 2.090 con una superficie de venta que alcanza 142.490 m² –la superficie media es de 68,2 m²–. La Rioja cuenta con 138 supermercados, 4 hipermercados y 34 licencias concedidas para comercio ambulante o mercadillos.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

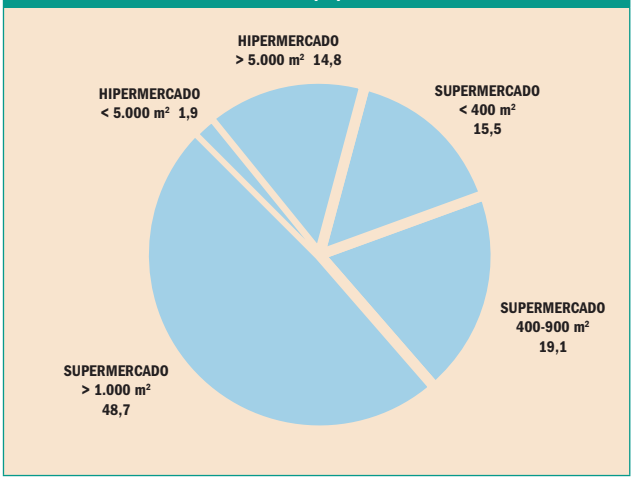
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	2.090	142.490	80	26	32	4	34
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,9	0,7	0,8	0,4	1,0	0,8	0,2

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN LA RIOJA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA RIOJA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.435,8 euros (un 2,2% inferior a la media nacional). Carne (24,1%), pescado (12,8%), frutas frescas (9,3%), derivados lácteos (8,3%), pan (6,5%), hortalizas frescas (6,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) 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 aceite

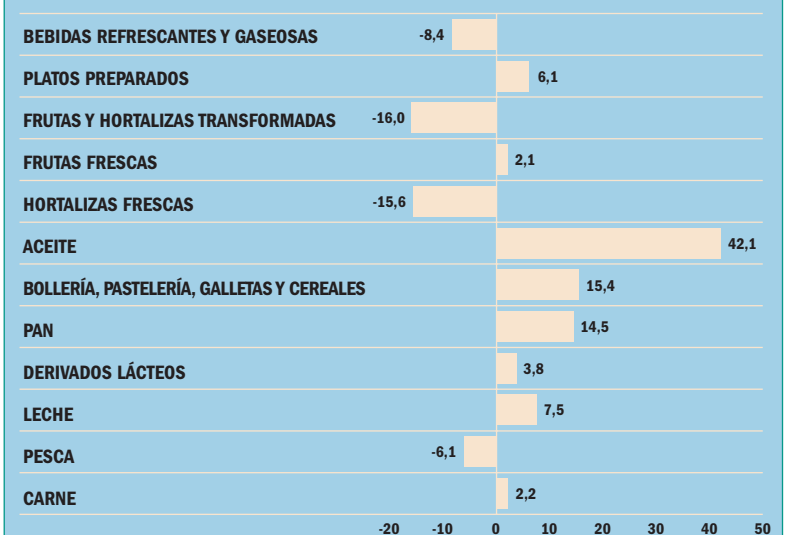


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,7	1,3	0,4
CARNE	346,0	24,1	4,0
PESCA	183,9	12,8	-4,3
LECHE	50,5	3,5	-1,2
DERIVADOS LÁCTEOS	118,5	8,3	-4,6
PAN	93,7	6,5	11,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,8	4,2	3,0
CHOCOLATES Y CACAOS	27,5	1,9	20,4
ACEITE	38,9	2,7	40,4
VINO	10,9	0,8	-43,5
CERVEZAS	19,2	1,3	-6,7
ZUMO Y NÉCTAR	8,4	0,6	-13,9
PATATAS	17,4	1,2	-19,8
HORTALIZAS FRESCAS	89,6	6,2	-9,3
FRUTAS FRESCAS	133,3	9,3	-1,2
FRUTOS SECOS	13,4	0,9	-19,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	21,8	1,5	-20,3
PLATOS PREPARADOS	44,4	3,1	-9,2
CAFÉS E INFUSIONES	26,9	1,9	16,8
AGUA MINERAL	6,2	0,4	-42,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,0	1,9	-21,1
OTROS PRODUCTOS	77,7	5,4	-11,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.435,8**	**100,0**	**-2,2**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE LA RIOJA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
5 kilos de pan	20 litros de agua mineral
6 litros de leche	10 kilos de hortalizas frescas
3 litros de aceite de oliva	5 kilos de patatas
3 litros de aceite de girasol	4 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
2 kilos de azúcar	2 litros de vinos con denominación de origen
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
2 kilos de carne de ovino/caprino	2 kilos de arroz
2 kilos de frutas frescas	1 kilo de carne transformada
1 kilo de platos preparados	1 kilo de queso fresco
1 kilo de derivados lácteos	1 kilo de pastas alimenticias
1 kilo de carne congelada	1 kilo de carne de vacuno
	1 kilo de conservas de mariscos, moluscos y crustáceos

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

(40,4%), chocolates y cacaos (20,4%), cafés e infusiones (16,8%) y pan (11%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-43,5%), agua mineral (-42,3%), bebidas refrescantes y gaseosas (-21,1%), y frutas y hortalizas transformadas (-20,3%).

En términos medios, durante el año 2012, cada riojano consumió 139 huevos, 54 kilos de carne, 24,8 kilos de pescado, 79,4 litros de leche, 36,5 kilos de derivados lácteos, 41,1 kilos de pan, 18,4 litros de aceite, 17,8 litros de cerveza, 52,6 kilos de hortalizas frescas, 106 kilos de frutas frescas, 12,8 kilos de platos preparados, 31,8 litros de agua embotellada y 42,1 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 aceite (42,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (15,4%) pan (14,5%), leche (7,5%) y platos preparados (6,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en frutas y hortalizas transformadas (-16%), hortalizas frescas (-15,6%), bebidas refrescantes y gaseosas (-8,4%) y pescado (-6,1%). ○



Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.826, 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

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
LA RIOJA	1.826	361	57	1.503	41	6.104
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,6	0,3	0,8	0,4	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- CAVA **
- RIOJA (DOCa) **
- VALLES DE SADACIA

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 ✪

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

- JAMÓN SERRANO ✪

*** Denominación compartida con otras CCAA*
DOCa: Denominación de Origen Calificada
✪ Inscrita en el Registro de la UE



MARCAS DE GARANTÍA

PRODUCCIÓN INTEGRADA DE LA RIOJA

- CHAMPIÑÓN DE LA RIOJA ✪
- SETAS DE LA RIOJA ✪

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

- CHAMARITO
- CORDERO Y CABRITO RIOJANO
- GRANJA LAS LLANAS
- LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA
- SIETE VALLES
- TERNOJA
- VALLES DEL LEZA, JUBERA, CIDACOS Y ALHAMA

FRUTAS

- CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL
- FRUTAS DE LAS TIERRAS ALTAS DEL RÍO LINARES

FRUTOS SECOS

- NUEZ DE PEDROSO



Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria de Navarra alcanzó en 2012 un valor de 944 millones de euros, de los que unos 479 correspondieron a la aportación del sector agrícola, 414 al ganadero y el resto al sector silvícola. La Renta Agraria en 2012 se aproximó a 471 millones de euros, una vez restados los consumos intermedios, y sumadas las amortizaciones y subvenciones.

Dentro del sector agrícola, las cosechas fueron peores en la mayor parte de los cereales, leguminosas, hortalizas y frutas, mientras que, por el contrario, fueron mejores en patata.

Por su parte, la producción de aceite de oliva, en auge en los últimos años, registró una caída del 2%, y tanto en los viñedos amparados por la DO Navarra como en los de la DOP Rioja se vendimió menos uva que en la campaña anterior (un 10%) y la producción de vino y mosto se redujo finalmente y quedó en 604.238 hectolitros.

En cuanto a la ganadería, la producción de carne aumentó un 1% hasta situarse en 132.000 toneladas. De esta producción,

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE NAVARRA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	333,1
CEBADA	298,9
MAÍZ	184,9
ARROZ CÁSCARA	15,6
MELOCOTONES	17,2
PATATAS	15,5
TOMATES FRESCOS	148
PIMIENTOS FRESCOS	18,2
ALCACHOFAS	8,2
COLIFLORES	18,6
CEBOLLAS	15,2
VINOS Y MOSTOS	604 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	110,4 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	24,5 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	549 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	12 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	693,8 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 11/12	212 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*



más del 60% correspondió a la producción de carne de ave y otro 30% a la de porcino. La positiva evolución de los precios en ambas cabañas hizo posible que el balance final del sector fuera positivo, a pesar de que disminuyeron los censos. Así el censo de porcino se redujo hasta las 693.800 cabezas y el de vacuno en 110.400 animales, de los que 24.500 eran vacas de leche.

Por su lado, el sector lácteo registró un ligero aumento de los precios y la producción en la campaña 2012/13 quedó en 212.000 toneladas libres de materia grasa, un volumen superior al de la campaña anterior.

Según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), el sector agrario de Navarra contaba en 2012 con una media de 9.225 ocupados, un 15% más que en 2011.



Industria Alimentaria

El sector alimentario de Navarra, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma, participa con el 17,3% del empleo (11.313 personas sobre un total de 65.268) y el 16,9% de las ventas netas de producto, con 2.615 millones de euros sobre un total superior a 15.491 millones.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 1.499 millones de euros y el número de empresas a 638. La mayor facturación procede del subsector de conservas de frutas y hortalizas con cerca de 840 millones de euros, seguido de industrias cárnicas con 593 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de conservas de frutas y hortalizas con 4.375 personas, seguido de industrias cárnicas (1.813). En cuanto a empresas, 454 cuentan con menos de 10 empleados, 130 tienen de 10 a 49, otras 42 empresas de 50 a 199, y 12 superan los 200 empleados.

Navarra participa, sobre el total nacional, con el 2,95% de las ventas de la industria alimentaria, el 2,88% en consumo de materias primas, el 3,16% en número de personas ocupadas, y el 3,34% en inversiones en activos materiales. ○



INDUSTRIA ALIMENTARIA EN NAVARRA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	82
Transformación de pescado	7
Conservas de frutas y hortalizas	86
Grasas y aceites (vegetales y animales)	14
Industrias lácteas	54
Productos molinería	7
Pan, pastelería y pastas alimenticias	149
Azúcar, chocolate y confitería	20
Otros productos diversos*	44
Productos alimentación animal	28
Vinos	114
Otras bebidas alcohólicas	26
Aguas y bebidas analcohólicas	7
Total Industria Alimentaria	**638**
Total Industria	**3.923**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN NAVARRA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**2.615.382**
Industrias cárnicas	593.102
Transformación de pescado	17.303
Conservas de frutas y hortalizas	840.488
Grasas y aceites (vegetales y animales)	22.444
Industrias lácteas	110.065
Productos molinería	162.856
Pan, pastelería y pastas alimenticias	192.386
Azúcar, chocolate y confitería	37.728
Otros productos diversos	89.096
Productos alimentación animal	244.809
Vinos	129.471
Otras bebidas alcohólicas	30.342
Aguas y bebidas analcohólicas	84.257

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Navarra tiene 644.500 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 superior a la media nacional.

En Navarra hay 4.659 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimentación con una superficie de venta que alcanza 302.607 m². Esta comunidad cuenta con 339 supermercados y 9 hipermercados –estos 348 establecimientos suponen 173.867 m² que generan una densidad comercial de 270 m² cada 1.000 habitantes–. Las licencias relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 961, un 5,3% del total nacional.

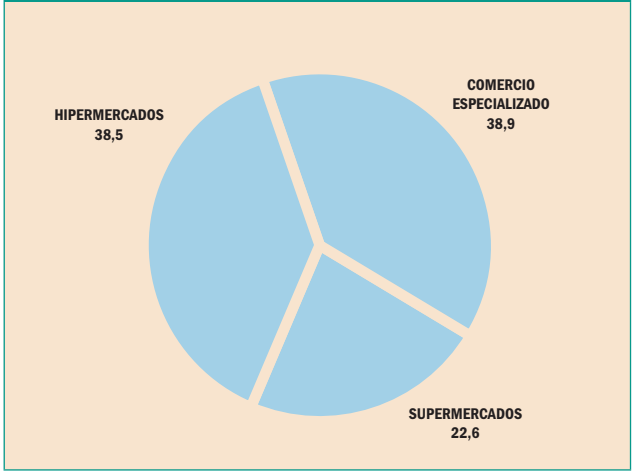


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

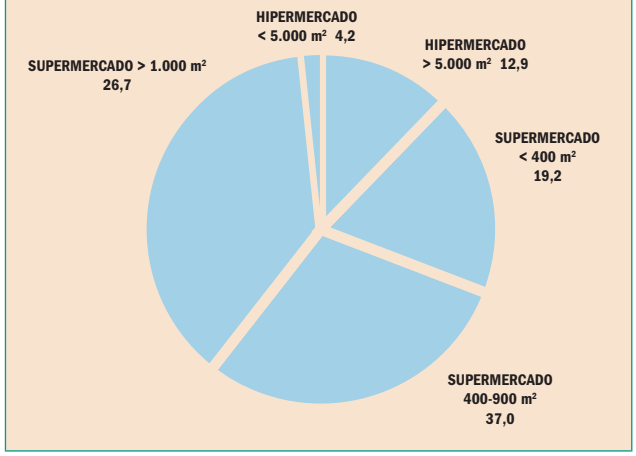
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	4.659	302.607	205	101	33	9	961
NAVARRA/ESPAÑA (%)	2,0	1,6	2,0	1,6	1,0	1,9	5,3

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN NAVARRA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN NAVARRA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 1.483,7 euros (un 1,1% superior a la media nacional). Carne (23,7%), pescado (13%), frutas frescas (10,6%), pan (8%), derivados lácteos (7,7%), hortalizas frescas (6%) y bollería, pastelería, galletas y

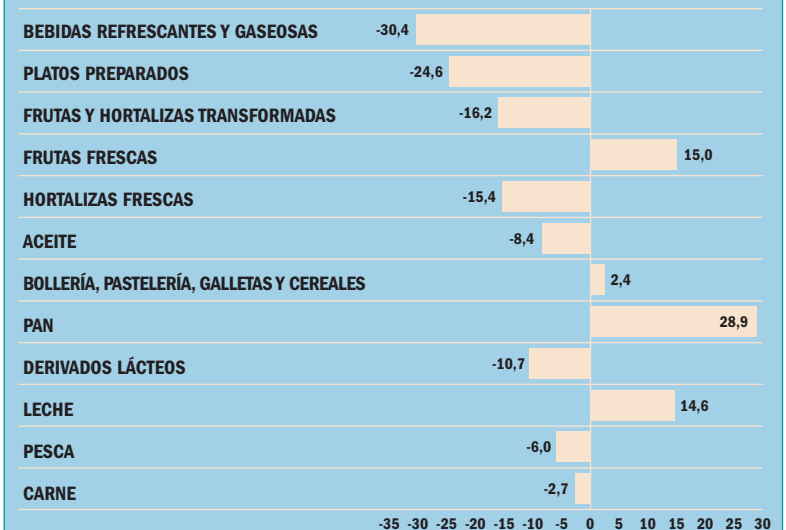


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	21,9	1,5	17,6
CARNE	351,2	23,7	5,6
PESCA	192,8	13,0	0,3
LECHE	57,7	3,9	12,8
DERIVADOS LÁCTEOS	113,8	7,7	-8,4
PAN	118,7	8,0	40,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,8	4,0	-0,5
CHOCOLATES Y CACAOS	25,4	1,7	11,3
ACEITE	26,1	1,8	-5,5
VINO	19,5	1,3	0,4
CERVEZAS	14,9	1,0	-27,6
ZUMO Y NÉCTAR	7,5	0,5	-23,1
PATATAS	18,4	1,2	-15,0
HORTALIZAS FRESCAS	88,5	6,0	-10,4
FRUTAS FRESCAS	157,6	10,6	16,9
FRUTOS SECOS	13,7	0,9	-18,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,7	1,8	-2,3
PLATOS PREPARADOS	39,8	2,7	-18,5
CAFÉS E INFUSIONES	21,4	1,4	-6,9
AGUA MINERAL	5,3	0,4	-51,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	27,7	1,9	-21,9
OTROS PRODUCTOS	76,2	5,1	-13,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.483,7**	**100,0**	**1,1**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
16 kilos de frutas frescas	29 litros de agua mineral
11 litros de leche	14 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
10 kilos de pan	10 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carne de conejo	6 litros de cerveza
1 kilo de pescado congelado	4 kilos de patatas
1 kilo de carne certificada	3 kilos de platos preparados
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	2 litros de zumo y néctar
1 kilo de carne de vacuno	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
1 kilo de chocolates y cacaos	2 litros de vinos de mesa
1 kilo de carne de ovino/caprino	2 litros de aceite de oliva
1 kilo de encurtidos	2 kilos de queso
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de yogurt

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

cereales (4%) 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 (40,5%), huevos (17,6%), frutas frescas (16,9%) y leche (12,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-51%), cervezas (-27,6%), zumo y néctar (-23,1%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-21,6%).

En términos medios, durante el año 2012, cada navarro consumió 160 huevos, 51,4 kilos de carne, 24,8 kilos de pescado, 84,7 litros de leche, 31,4 kilos de derivados lácteos, 46,2 kilos de pan, 11,9 litros de aceite, 12 litros de cerveza, 52,7 kilos de hortalizas frescas, 119,3 kilos de frutas frescas, 9,1 kilos de platos preparados, 23,1 litros de agua embotellada y 32 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 (28,9%), frutas frescas (15%), leche (14,6%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (2,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-30,4%), platos preparados (-24,6%), frutas y hortalizas transformadas (-16,2%), hortalizas frescas (-15,4%) y derivados lácteos (-10,7%).



Hostelería y Restauración

En Navarra hay 4.416 licencias para actividades de restauración y bares, en torno a un 1,6% sobre el conjunto nacional. La participación del equipamiento de Navarra en el total de restaurantes, cafeterías, 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

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
NAVARRA	4.416	634	96	1.892	69	12.421
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,6	1,0	0,5	1,0	0,6	0,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA



MARCAS DE CALIDAD

ALIMENTOS ARTESANOS

PRODUCCIÓN INTEGRADA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA



DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

NAVARRA ✪

RIOJA (DOCa) **/✪

CAVA **/ ✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZÁBAL **/ ✪

RONCAL ✪

ACEITES

ACEITE DE NAVARRA

HORTALIZAS

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA ✪



DENOMINACIONES ESPECÍFICAS

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







*** Denominación compartida con otras CCAA*
DOCa: Denominación de Origen Calificada
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en el País Vasco creció en 2012 un 12% en términos corrientes, por los incrementos de precios en sectores como los huevos, el vino y los cereales, que compensaron la bajada de producciones ganaderas y el aumento de los precios de los consumos intermedios (gastos). En términos reales o constantes se produjo una subida del 11% y la renta agraria en términos constantes por Unidad de Trabajo subió un 8,1%.

Por su lado, el valor de Producción Final Agraria, a precios corrientes, se situó en 482 millones de euros. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas con 158 millones y las agrícolas con 267 millones.

Por cultivos, en 2012 aumentó en volumen las producciones de colza, manzana de sidra y txakolina, así como también crecieron los precios del vino de Rioja, la patata, los cereales y el pimiento fresco.

Por su lado, las producciones ganaderas se redujeron una media del 3,4% en 2012 (a precios constantes de 2011) y continuó la bajada de censos ganaderos. Las producciones de huevos cayeron, pero los precios fueron muy superiores.

La producción de leche de vaca de la campaña 2012/13 disminuyó y se situó 165,7 millones de litros y a ese volumen se sumó la producción de leche de cabra.

Según los datos medios de la Encuesta de Población Activa (EPA), la media de ocupados en el sector primario vasco se elevó a 11.425 personas, cifra muy superior a la del año anterior.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DEL PAÍS VASCO

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	160,1
CEBADA	78,6
MAÍZ	1
REMOLACHA AZUCARERA	212
MANZANAS DE MESA	4,2
MANZANAS DE SIDRA	6,5
PATATAS	45,3
VINOS Y MOSTOS	817 (Miles de hectolitros)
CABAÑA BOVINA	144,7 (Miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	24 (Miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	303 (Miles de cabezas)
OVEJAS LECHERAS	113 (Miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	165,7 Millones de litros
CABAÑA CAPRINA	31 (Miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	29,7 (Miles de cabezas)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

PESCA

En el País Vasco están en actividad 227 barcos pesqueros, el 2,2% de toda España. Su arqueo total es de 78.450 toneladas (20,4%) y su potencia llega a 177.136 CV (14,9%). La eslora promedio ronda los 28,4 metros, la mayor de todo el país, mientras que su antigüedad es de 16 años, la menor de todas las comunidades autónomas marineras. Existen dos federaciones que agrupan a 14 cofradías de pescadores. La flota atunera congeladora vasca absorbe el 63% de la capacidad global española. Las principales capturas son las de verdel, bonito, anchoa, chicharro y merluza. Se encuentran en actividad 87 empresas transformadoras con una plantilla de 2.000 trabajadores. La acuicultura tiene muy poca importancia. Sus principales producciones son la trucha arco iris (318.000 euros) y la anguila (191.000 euros). Apenas 23 personas trabajan en el sector acuícola vasco.



Industria Alimentaria

El sector alimentario del País Vasco en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma participa con el 7,5% del empleo (14.312 personas sobre un total de 190.528) y el 7,7% de las ventas netas de producto con cerca de 3.369 millones de euros sobre un total superior a 43.692 millones. El consumo de materias primas en el sector asciende a 1.922 millones de euros y el número de empresas es de 1.490. La mayor facturación procede del subsector de industrias lácteas con cerca de 569 millones de euros, seguido del subsector de pan, pastelería y pastas alimenticias con 385.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el del pan, pastelería y pastas alimenticias con 4.523 personas, seguido de industrias lácteas (1.734). En cuanto a empresas, 1.100 cuentan con menos de 10 empleados, 332 tienen de 10 a 49, otras 38 empresas de 50 a 199, y 5 superan los 200 empleados.

El País Vasco participa, sobre el total nacional, con el 3,79% de las ventas de la industria alimentaria, el 3,69% en consumo de materias primas, el 3,99% en número de personas ocupadas, y el 2,41% en inversiones en activos materiales. ○

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	113
Transformación de pescado	68
Conservas de frutas y hortalizas	25
Grasas y aceites (vegetales y animales)	5
Industrias lácteas	129
Productos molinería	4
Pan, pastelería y pastas alimenticias	457
Azúcar, chocolate y confitería	17
Otros productos diversos*	89
Productos alimentación animal	20
Vinos	466
Otras bebidas alcohólicas	88
Aguas y bebidas analcohólicas	9
Total Industria Alimentaria	**1.490**
Total Industria	**13.546**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**3.369.035**
Industrias cárnicas	194.582
Transformación de pescado	344.830
Conservas de frutas y hortalizas	23.996
Industrias lácteas	568.866
Pan, pastelería y pastas alimenticias	385.080
Azúcar, chocolate y confitería	109.377
Otros productos diversos	193.426
Productos alimentación animal	209.979
Vinos	428.788
Otras bebidas alcohólicas	21.031
Elaboración de sidra y otras bebidas fermentadas a partir de frutas	18.021
Aguas y bebidas analcohólicas	332.390

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

El País Vasco cuenta con 2.193.000 habitantes y 7.089 km² de extensión, un 4,6% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya concentra el 52,8% de la población; Guipúzcoa, el 32,5%; y Álava, el 14,7%. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera a la media nacional.

En el País Vasco hay 11.053 actividades comerciales minoristas especializadas en alimentación, que ocupan 637.412 m². Vizcaya tiene aproximadamente el 56,1% de la superficie; Guipúzcoa, el 33,6%; y Álava, el 11,3%. En el conjunto de la comunidad hay 863 supermercados y 30 hipermercados, que suman un total de 511.509 m² y suponen una densidad comercial de 238 m² cada 1.000 habitantes. Las licencias relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 1.146, un 6,4% sobre el total nacional, de las que el 58,6% corresponde a Vizcaya, el 31,8% a Guipúzcoa y el 9,5% a Álava.

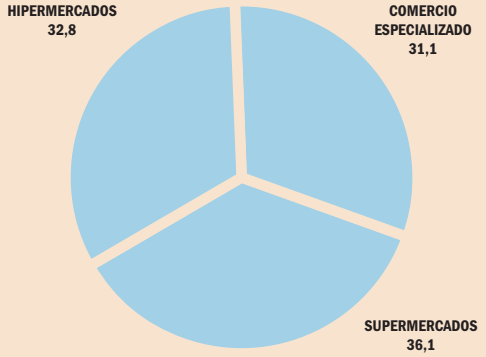


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

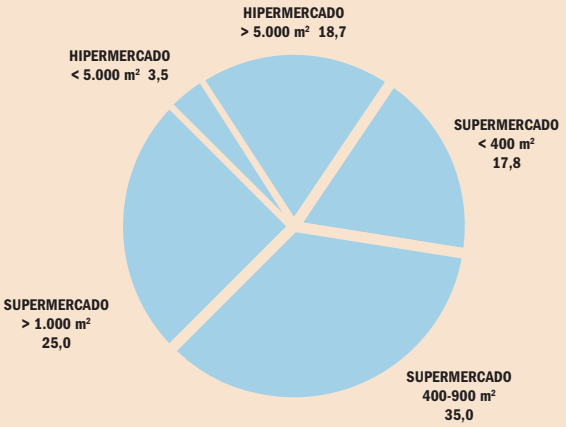
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
PAÍS VASCO	11.053	637.412	489	277	97	30	1.146
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,7	3,3	4,8	4,4	2,9	6,3	6,4

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN PAÍS VASCO (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN PAÍS VASCO (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 1.730,3 euros (un 17,9% superior a la media nacional). Carne (22,5%), pescado (15,5%), frutas frescas (9,5%), derivados lácteos (7,8%), hortalizas frescas (6,6%), pan (6,2%) y bollería, pastelería, galletas y



EUSKO LABEL

Goi-mailako elikagaiak

Alimentos de calidad superior



EUSKADI BASQUE COUNTRY

Itzuli Jatorrira Vuelve al Origen

www.euskolabeltienda.com





hazi

Landa eta itsas ingurunearen garapenerako Eusko Jaurlaritzaren Korporazioa

Corporación del Gobierno Vasco para el desarrollo del medio rural y marino

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

EKONOMIAREN GARAPEN ETA LEHIAKORTASUN SAILA

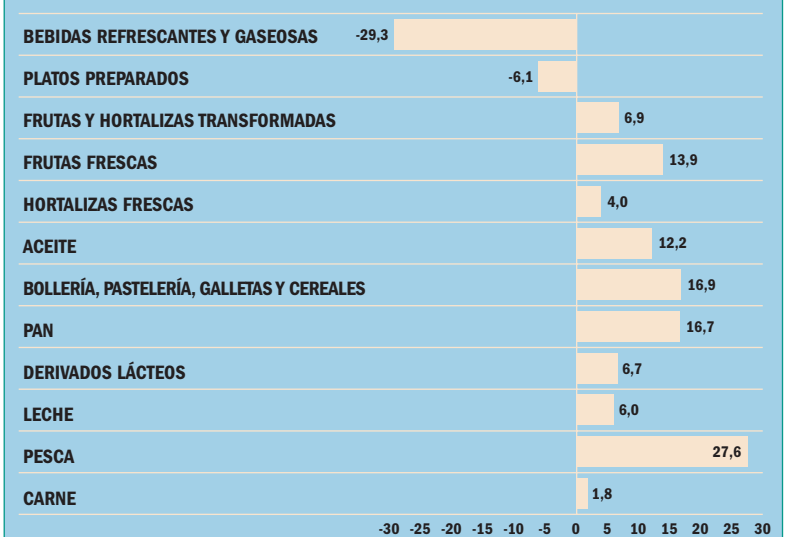
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	22,8	1,3	22,7
CARNE	389,0	22,5	16,9
PESCA	268,2	15,5	39,5
LECHE	56,7	3,3	10,8
DERIVADOS LÁCTEOS	135,1	7,8	8,7
PAN	107,6	6,2	27,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	71,1	4,1	20,3
CHOCOLATES Y CACAOS	30,2	1,7	32,2
ACEITE	33,6	1,9	21,6
VINO	34,0	2,0	75,4
CERVEZAS	17,0	1,0	-17,1
ZUMO Y NÉCTAR	8,9	0,5	-9,3
PATATAS	21,3	1,2	-1,7
HORTALIZAS FRESCAS	113,6	6,6	15,1
FRUTAS FRESCAS	164,0	9,5	21,5
FRUTOS SECOS	18,7	1,1	11,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	34,0	2,0	24,2
PLATOS PREPARADOS	49,7	2,9	1,7
CAFÉS E INFUSIONES	25,3	1,5	9,9
AGUA MINERAL	3,8	0,2	-64,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,8	1,7	-16,0
OTROS PRODUCTOS	95,9	5,5	9,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.730,3**	**100,0**	**17,9**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DEL PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
14 kilos de frutas frescas	37 litros de agua mineral
6 kilos de pan	14 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
6 kilos de pescado fresco	5 litros de cerveza
4 litros de leche	2 litros de zumo y néctar
4 kilos de carne de vacuno	1 kilo de platos preparados
3 litros de vinos con denominación de origen	1 kilo de carne de cerdo
3 kilos de hortalizas frescas	1 kilo de queso
2 kilos de derivados lácteos	1 kilo de helados y tartas
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de carne de pollo
2 kilos de yogurt	1 kilo de arroz
2 litros de aceite de oliva	1 litro de batidos de leche
1 kilo de chocolates y cacaos	1 kilo de patatas

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

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 (75,4%), pescado (39,5%), chocolates y cacaos (32,2%) y pan (27,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-64,4%), cervezas (-17,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (-16%) y zumo y néctar (-9,3%).

En términos medios, durante el año 2012, cada habitante del País Vasco consumió 157 huevos, 53,8 kilos de carne, 33,7 kilos de pescado, 78,3 litros de leche, 37,5 kilos de derivados lácteos, 41,8 kilos de pan, 14,5 litros de aceite, 12,5 litros de cerveza, 64,8 kilos de hortalizas frescas, 118,2 kilos de frutas frescas, 11,3 kilos de platos preparados, 14,8 litros de agua embotellada y 32,4 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 (27,6%), bollería, pastelería, galletas y cereales (16,9%), pan (16,7%) y frutas frescas (13,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-29,3%) y platos preparados (-6,1%).



Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares alcanzan las 13.312 licencias –un 4,9% sobre el total de España-. Vizcaya cuenta con el 52,8%, el 30,4% Guipúzcoa y el 16,8% Álava. El equipamiento de restaurantes, cafeterías, bares, comedores colectivos y hoteles del País Vasco oscila entre el sexto y el décimocuarto lugar a nivel nacional.

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EL PAÍS VASCO

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
PAÍS VASCO	13.312	3.826	525	8.613	114	26.409
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,9	5,9	3,0	4,6	1,0	1,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

- ARABAKO TXAKOLINA (TXAKOLÍ DE ÁLAVA) ✪
- BIZKAIKO TXAKOLINA (TXAKOLÍ DE VIZCAYA) ✪
- CAVA **/✪
- GETARIAKO TXAKOLINA (TXAKOLÍ DE GETARIA) ✪
- RIOJA (DOCa) **/✪

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- IDIAZÁBAL **/✪

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

- EUSKAL BASERRICO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)
- 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 BASERRICO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)
- EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)
- EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ✪

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)

LEGUMBRES

- ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)
- GERNIKAKO INDABA (ALUBIA DE GERNIKA)
- TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

MIEL

- EZTIA (MIEL)

PESCADO

- HEGALUZEA ETA HEGALABURRA (BONITO DEL NORTE Y ATÚN ROJO)

LÁCTEOS

- EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

HUEVOS

- EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)

OTRAS BEBIDAS

- EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

*** Denominación compartida con otras CCAA*
DOCa: Denominación de Origen Calificada
✪ Inscrita en el Registro de la UE

Producción agroalimentaria

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria de la Región de Murcia en 2012 se estimó en 2.338 millones de euros, de los que la Producción Final Agrícola aportó 1.599 millones de euros y la Producción Final Ganadera otros 686 millones.

Los inputs pagados por el sector agrario (fertilizantes, fitosanitarios, piensos, gastos veterinarios, etc.) se incrementaron en 2012 y la Renta Agraria se situó finalmente en 1.169 millones.

El año fue relativamente bueno para las producciones hortícolas de invierno, así como también para la fruta de verano y la uva de mesa. Sin embargo, el balance fue negativo para los cítricos, especialmente para el limón. La producción de vino y mosto se situó en 685.591 hectolitros.

En cuanto a la ganadería, en general las producciones fueron mejores y los precios también. La cabaña porcina, la más importante del censo regional, se situaba al acabar 2012 en torno a 1,89 millones de cabezas, cifra muy superior a la del año anterior. Por su parte, los censos de ovino y caprino se redujeron, pero los precios de la carne mejoraron.

La producción de leche de vacuno en la campaña 2010/12 ascendió a 45,4 millones de kilogramos, un volumen superior al de la anterior. La cabaña de vacas lecheras superó los 6 millones de cabezas y la de vacuno de carne las 67.000 cabezas.

La Encuesta de Población Activa indica que en 2012 la población ocupada en el sector primario ascendía en la Región de Murcia a 72.375 personas, un 5% menos que en 2011.

PESCA

La flota pesquera murciana está compuesta por 210 buques (2,1% del total español), con un arqueo total de 3.321 toneladas (0,9%) y una potencia de 17.053 CV (1,4%). Su eslora promedio es de 10,6 metros y su antigüedad ronda los 32 años. Los puertos con mayor volumen de capturas desembarcadas son Águilas, Cartagena y Mazarrrón; y existen en la región cuatro cofradías. La región murciana contribuye con un 2% al Producto Pesquero Español. Las producciones pesqueras más importantes son las de alacha, melva y sardina, seguidas a bastante distancia por los crustáceos (gamba roja principalmente) y los moluscos (pulpo). Hay 30 empresas transformadoras de pescado. Las principales producciones acuícolas son la lubina (26,2 millones de euros), el atún rojo (14,2 millones de euros) y la dorada (10 millones de euros). Trabajan en la acuicultura murciana 421 personas.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE REGIÓN DE MURCIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	**AÑO 2012 ***
TRIGO	15
CEBADA	31,3
MAÍZ	1,8
ARROZ CÁSCARA	1,8
SANDÍAS	119
MELONES	219,8
MANZANAS MESA	5
PERAS	39
ALBARICOQUES	75,8
MELOCOTONES	148
CIRUELAS	25
UVAS DE MESA	126
NARANJAS	140
MANDARINAS	28
LIMONES	315
ALMENDRAS GRANO	5,5
PATATAS	77,1
TOMATES FRESCOS	296
LECHUGAS	330
PIMIENTOS FRESCOS	162
ALCACHOFAS	86
BROCOLI	172,5
CEBOLLAS	28
COLIFLORES	25,2
VINOS Y MOSTOS	685 (Miles de hl)
CABAÑA BOVINA	68,2 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	897 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	349 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.895 (miles de cabezas)
CONEJOS	123 (miles de cabezas)
VACAS LECHERAS	6,5 (miles de cabezas)
PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA 12/13	47,4 (millones de litros)

** Estimación. FUENTE: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Industria Alimentaria

El sector alimentario de la Región de Murcia, en relación al sector industrial de esta comunidad autónoma participa con el 31,6% del empleo (20.500 personas sobre un total de 64.786) y el 34,8% de las ventas netas de producto con cerca de 4.855 millones de euros sobre un total superior a 13.957 millones de euros.

El consumo de materias primas en el sector asciende a 2.494 millones de euros y el número de empresas alcanza las 1.065. La mayor facturación procede del subsector de conservas de frutas y hortalizas con cerca de 1.765 millones de euros, seguido de industrias cárnicas con 993 millones de euros.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de conservas de frutas y hortalizas con 7.815 personas, seguido de industrias cárnicas (4.893). En cuanto a empresas, 803 cuentan con menos de 10 empleados, 196 tienen de 10 a 49, otras 51 empresas de 50 a 199, y 15 superan los 200 empleados.

La comunidad autónoma de Murcia participa, sobre el total nacional, con el 5,47% de las ventas de la industria alimentaria, el 4,79% en consumo de materias primas, el 5,72% en número de personas ocupadas, y el 4,92% en inversiones en activos materiales. ○

INDUSTRIA ALIMENTARIA EN REGIÓN DE MURCIA

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS
Industrias cárnicas	119
Transformación de pescado	21
Conservas de frutas y hortalizas	167
Grasas y aceites (vegetales y animales)	34
Industrias lácteas	39
Productos molinería	16
Pan, pastelería y pastas alimenticias	394
Azúcar, chocolate y confitería	32
Otros productos diversos*	109
Productos alimentación animal	33
Vinos	70
Otras bebidas alcohólicas	21
Aguas y bebidas analcohólicas	10
Total Industria Alimentaria	**1.065**
Total Industria	**6.940**

**Incluye: café, té e infusiones; especias, salsas y condimentos; elaboración de platos y comidas preparadas; preparados alimenticios homogeneizados y alimentos dietéticos; y elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*

Datos de 2012.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN REGIÓN DE MURCIA (EN MILES DE EUROS)

Total industria alimentaria	**4.855.560**
Industrias cárnicas	993.531
Transformación de pescado	67.960
Conservas de frutas y hortalizas	1.765.267
Grasas y aceites (vegetales y animales)	527.206
Industrias lácteas	63.953
Productos molinería	69.984
Pan, pastelería y pastas alimenticias	119.135
Azúcar, chocolate y confitería	165.563
Otros productos diversos	516.092
Productos alimentación animal	348.643
Vinos	82.311
Aguas y bebidas analcohólicas	22.179

Datos de 2011.

FUENTE: Información elaborada por la Dirección General de la Industria Alimentaria, a partir de datos suministrados por el INE.



Distribución alimentaria

Murcia tiene 1.474.500 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km², poco más de un 3% 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 esta comunidad autónoma hay 21.320 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 6.382, con una superficie de venta que alcanza 583.291 m². Murcia cuenta con 469 supermercados y 15 hipermercados –estos 484 establecimientos suponen 371.863 m² y generan una densidad comercial de 252 m² cada 1.000 habitantes–. Las licencias relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 494, cerca de un 2,7% del total nacional.

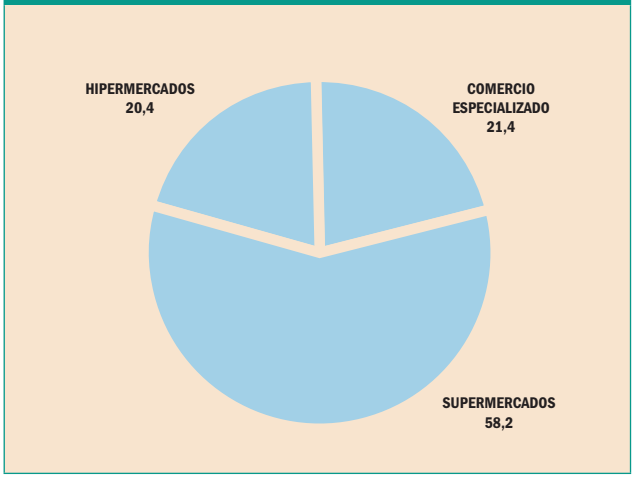


DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN REGIÓN DE MURCIA

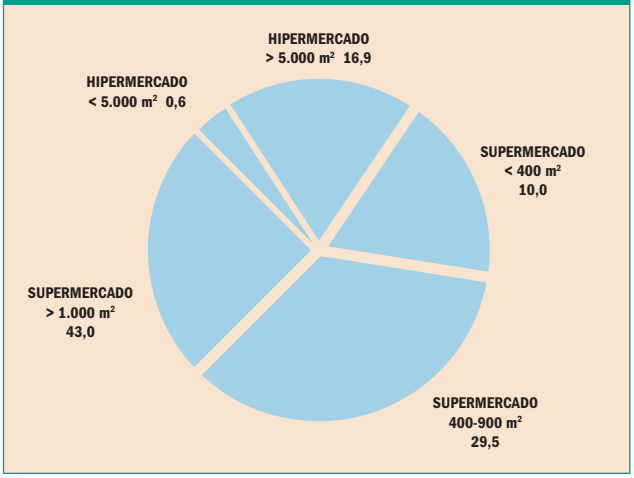
	Licencias alimentación	Superficie alimentación (m²)	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
MURCIA	6.382	583.291	170	178	121	15	494
MURCIA/ESPAÑA (%)	2,7	3,0	1,7	2,8	3,6	3,1	2,7

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

SUPERFICIE DE ALIMENTACIÓN POR FORMATOS COMERCIALES EN MURCIA (%)



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN REGIÓN DE MURCIA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket, INE, FEHR y Fundación La Caixa.

Consumo alimentario

Durante el año 2012, Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.365,3 euros (un 7% inferior a la media nacional). Carne (21,3%), pescado (12%), frutas frescas (9%), derivados lácteos (8,9%), hortalizas frescas (6,7%), pan (5,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

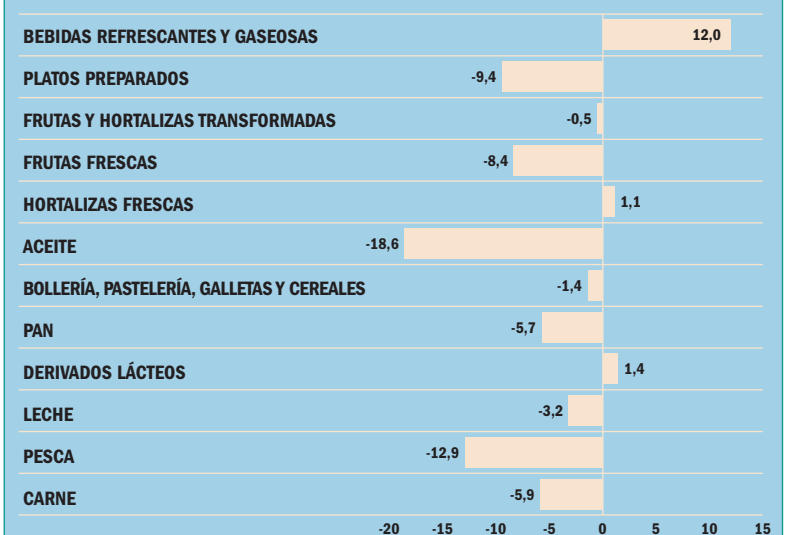


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN REGIÓN DE MURCIA (HOGARES) 2012

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,7	1,2	-10,1
CARNE	290,6	21,3	-12,7
PESCA	164,0	12,0	-14,7
LECHE	50,5	3,7	-1,3
DERIVADOS LÁCTEOS	122,0	8,9	-1,8
PAN	77,9	5,7	-7,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	55,3	4,1	-6,4
CHOCOLATES Y CACAOS	21,9	1,6	-4,0
ACEITE	21,3	1,6	-23,1
VINO	15,2	1,1	-21,3
CERVEZAS	29,7	2,2	44,7
ZUMO Y NÉCTAR	8,4	0,6	-14,5
PATATAS	22,5	1,6	3,8
HORTALIZAS FRESCAS	91,2	6,7	-7,7
FRUTAS FRESCAS	122,4	9,0	-9,3
FRUTOS SECOS	15,5	1,1	-7,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,3	1,9	-4,0
PLATOS PREPARADOS	43,0	3,1	-12,1
CAFÉS E INFUSIONES	20,9	1,5	-9,4
AGUA MINERAL	12,4	0,9	15,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	40,9	3,0	15,4
OTROS PRODUCTOS	96,6	7,1	9,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	**1.365,3**	**100,0**	**-7,0**

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%)



FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.



En comparación con la media nacional, los consumidores de Murcia cuentan con un gasto superior en cervezas (44,7%), agua mineral (15,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (15,4%) y patatas (3,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-23,1%), vino (-21,3%), pescado (-14,7%) y zumo y néctar (-14,5%).

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN REGIÓN DE MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL 2012

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
12 litros de cerveza	9 kilos de frutas frescas
10 litros de agua mineral	3 kilos de carne de vacuno
6 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	3 kilos de pescado fresco
3 litros de leche semidesnatada	3 litros de aceite de oliva
1 kilo de queso	2 litros de leche
1 kilo de derivados lácteos	2 kilos de pan
1 litro de batidos de leche	2 litros de vinos de mesa
1 kilo de carnes transformadas	1 kilo de carne de cerdo
1 kilo de helados y tartas	1 kilo de yogurt
1 kilo de arroz	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 litro de leche desnatada	1 kilo de carne certificada
1 kilo de patatas	1 kilo de platos preparados

Nota: Las contidades expresan la diferencia inferior o superior respecto a la media nacional.
FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

En términos medios, durante el año 2012, cada murciano consumió 127 huevos, 49,7 kilos de carne, 23 kilos de pescado, 71,5 litros de leche, 35,6 kilos de derivados lácteos, 33,8 kilos de pan, 10,5 litros de aceite, 30,2 litros de cerveza, 63 kilos de hortalizas frescas, 95,1 kilos de frutas frescas, 10,9 kilos de platos preparados, 61,5 litros de agua embotellada y 51,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.
Tomando como referencia la media nacional, en Murcia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (12%), derivados lácteos (1,4%) y hortalizas frescas (1,1%), mientras que, por el



contrario, el consumo es menor en aceite (-18,6%), pescado (-12,6%), platos preparados (-9,4%), frutas frescas (-8,4%) y carne (-5,9%). ○



Hostelería y Restauración

En Murcia hay 7.307 licencias para actividades de restauración y bares, un 2,7% sobre el conjunto nacional. El equipamiento en restaurantes, cafeterías, bares, comedores colectivos y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el puesto seis y el catorce. ○

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MURCIA

	Licencias de restauración y bares	Restaurantes	Cafeterías	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MURCIA	7.307	1.445	515	5.324	427	17.652
MURCIA/ESPAÑA (%)	2,7	2,2	2,9	2,9	3,8	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA 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

- CAMPO DE CARTAGENA
- 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 CCAA ✪ Inscrita en el Registro de la UE*

mercaCHEF

Ahorra tiempo y dinero comprando en Mercachef

Sin moverte de tu negocio

Compra directamente al mayorista

Recibe tu pedido el día siguiente



Regístrate gratis en www.mercachef.com

Solicita más información en
atencionalcliente@mercachef.com
o en el teléfono 902 123 077

MERCASA

Índice de anunciantes

014 MEDIA, S.L.	23 Y 237
1880 - ALMENDRA Y MIEL, S.A.	293
ACEITE CAMPO DE MONTIEL, C.R.D.O.	251
ALIMENTARIA 2014	16
ANECOOP SDAD. COOP.	107
ANVISA - ANTONIO VILLORIA, S.A.	207
ASOCIACIÓN DE ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES DE PLÁTANO DE CANARIAS (ASPROCAN)	101
BERLYS CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.A.U	61
BOTILLO DEL BIERZO, C.R.I.G.P.	455
CABRALES, C.R.D.O.P.	180
CALICER - CERTIFICADORES DE CALIDAD, S.L.	195
CASA SOMORROSTRO, S.L.U.	241
CASTAÑA DEL BIERZO, M.G.	455
CMR GROUP	DESPLEGABLE DE PORTADA
CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA	105
DANONE,S.A.	167
DOMINGO DEL PALACIO - DOMPAL	CONTRAPORTADA
DOMINGO DEL PALACIO - DOMPAL	PÁGINA RÍGIDA
EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.	199
ENTIDAD NACIONAL DE ACREDITACIÓN (ENAC)	33
EUROMERCA	PÁGINA RÍGIDA
EUROPASTRY, S.A.	59
GRELOS DE GALICIA, I.G.P.	112
IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA)	115
LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA	508 y 509
MANZANA REINETA DEL BIERZO, C.R.D.O.	455
MERCABARNA	43
MERCACHEF	83 y 519
MERCAMADRID	50
MERCASA	412
PERA CONFERENCIA DEL BIERZO, C.R.I.G.P.	455
PIMIENTO ASADO DEL BIERZO, C.R.I.G.P.	455
PRIMAFLOR S.A.T.	DESPLEGABLE DE CONTRAPORTADA
QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P.	175
REAL CASA DE LA MONEDA FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE	363
RIJK ZWAAN IBÉRICA, S.A.	119
SERPESKA, S.A. (GRUPO MOZOS)	231
SOC. COOP. ANDALUZA GRANADA LA PALMA	99
TERNERA ASTURIANA, I.G.P.	205
UVASDOCE, S.L.	123













Primaflor

AL REY DE TUS
PRIMEROS PLATOS

CON PRIMAFLOR,
CONQUISTA NUEVOS SABORES,
DOMINA NUEVAS COMBINACIONES
Y CREA TU PROPIO MUNDO
DE PRIMEROS PLATOS.
DE FORMA RÁPIDA,
CÓMODA, VERSÁTIL
Y SIEMPRE SORPRENDENTE.
TE ENCANTARÁN... ¡REALMENTE!

De Primero,
Primaflor

C/ La Estación, 2 • 04640 Pulpí (Almería) • España • Tel.: +34 950 464 011 • Fax: +34 950 464 118 • www.primaflor.com

Reservado al Rey




Joyas de Bellota
Dompal
dompal
Para muchos el mejor jamón del mundo
DOMINGO DEL PALACIO S.A. C/ REYES CATÓLICOS, 10 POL. IND. DE ALCOBENDAS MADRID TEL.: 91 662 09 94 FAX: 91 662 09 07 WWW.DOMPAL.ES EMAIL: DOMINGODELPALACIO@DOMPAL.ES