



Alimentación en España 2020

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO





WORLD FRUIT MANAGEMENT

GESTIÓN MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA



**Para conseguir
objetivos comunes...**



VISITE NUESTRO SITIO WEB



VEA NUESTRO VÍDEO CORPORATIVO



...sumamos esfuerzos



CMR GROUP ofrece la plataforma idónea para situar marca y productos de **Productores individuales, Grupos de productores y Traders hortofrutícolas** en el mercado.

CMR GROUP abastece de la gama más amplia de productos de calidad contrastada, procedentes de reconocidas zonas de producción nacional, complementándola con productos de contraestación procedentes de otros continentes, con volúmenes y continuidad de comercialización y servicio asegurados durante todo el año para los **componentes de toda la cadena comercial hortofrutícola:**

• **Cadenas de Distribución • Mayoristas • Retail • Exportación • Industria**

**CONFIANZA,
SEGURIDAD,
PROYECCIÓN INTERNACIONAL,
RENTABILIDAD.**



GESTIÓN MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA



FRUITS CMR S.A.U.

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

Mercabarna

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

CMR INFINITA S.A.

Mercamadrid
Calle 45 H5
Nave A: 7-23
28053 Madrid
Tel.: 91 524 50 00*
E-mail: infinita@cmrinfinita.com

CMR HOLLAND

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

CMR FRANCE

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

CMR MAROC

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

CMR BRASIL

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

Marcas propias comercializadas:



**Un gran grupo
internacional
de gestión hortofrutícola
le está esperando**

Desde hace más de un siglo,
estableciendo nuevos objetivos
comerciales, traspasando
fronteras y continentes. Abriendo
mercados para la mejor
comercialización de los productos
hortofrutícolas provenientes de
productores y remitentes.

**La unión
hace la fuerza**

www.cmrgroup.es

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



Alimentación en España 2020

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO





ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA
PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO
23ª EDICIÓN. 2020/2021

EDITA: MERCASA - DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y RR II: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

FOTOGRAFÍA: JOAQUIN TERÁN CARRASCO

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ Y MARÍA LUISA GARCÍA MARTÍNEZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro.

La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por hipermercados, supermercados, mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, bares y restaurantes de toda España.

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES	4	OVOPRODUCTOS	289
ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	5	PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA	293
UN AÑO CON MUCHAS LECCIONES QUE APRENDER		PESCADO Y MARISCO FRESCO	302
LUIS PLANAS PUCHADES. MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	6	ACUICULTURA	304
PRUEBA DE SUPERACIÓN		PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS	304
JOSÉ RAMÓN SEMPERE. PRESIDENTE DE MERCASA	8	CONSERVAS DE PESCADO	306
		AHUMADOS	308
DATOS BÁSICOS	11	OLIVAR	311
PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA	13	ACEITE DE OLIVA	315
COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO	23	ACEITUNA DE MESA	330
INDUSTRIA ALIMENTARIA	28	OLEAGINOSAS	341
ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA	31	ACEITES DE SEMILLAS	345
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS	32	MARGARINA	349
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	33	AZÚCAR	352
CONSUMO ALIMENTARIO	35	CARAMELOS	360
GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES	39	TURRONES Y MAZAPANES	362
COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	42	MIEL	368
CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR	44	CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO	378
		PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS	383
		PRODUCTOS DESHIDRATADOS	385
INFORMACIÓN POR SECTORES	93	COMIDA ÉTNICA	385
CEREALES	94	CALDOS Y SOPAS	389
CEBADA	97	PRODUCTOS DIETÉTICOS	391
TRIGO	98	PRODUCTOS FUNCIONALES	392
MAIZ	99	ALIMENTACIÓN INFANTIL	393
ARROZ	101	ALIMENTOS PARA NIÑOS	394
CEREALES SECUNDARIOS	102	ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS	395
HARINAS	103	SALSAS	396
PAN	104	SAL	403
MASAS CONGELADAS	105	VINAGRE	406
GALLETAS	111	CAFÉ E INFUSIONES	409
PASTELERÍA INDUSTRIAL	112	CAFÉ	409
CEREALES PARA DESAYUNO	119	TÉ Y OTRAS INFUSIONES	410
PASTAS ALIMENTICIAS	121	CERVEZA	415
PASTA FRESCA	121	AGUAS ENVASADAS	419
ARROZ	125	VINO Y MOSTO	424
LEGUMBRES	130	VINO	429
FRUTAS Y HORTALIZAS	142	MOSTO	431
FRUTAS	149	CAVA	435
CÍTRICOS	160	BEBIDAS ESPIRITUOSAS	461
FRUTOS SECOS	163	SIDRA	471
HORTALIZAS	166	BEBIDAS REFRESCANTES	476
CONSERVAS VEGETALES	186	AGRICULTURA ECOLÓGICA	481
ZUMOS	191		
PATATAS FRITAS Y SNACKS	195	INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	491
FRUTOS SECOS	196	ANDALUCÍA	492
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	215	ARAGÓN	498
LECHE LÍQUIDA	222	ASTURIAS	504
PRODUCTOS LÁCTEOS	228	CANARIAS	510
HELADOS	231	CANTABRIA	516
QUESOS	232	CASTILLA-LA MANCHA	522
CARNES	247	CASTILLA Y LEÓN	528
PORCINO	248	CATALUÑA	534
VACUNO	251	COMUNIDAD DE MADRID	541
OVINO Y CAPRINO	253	COMUNIDAD VALENCIANA	547
CARNE DE AVES	256	EXTREMADURA	554
CARNE DE CONEJO	258	GALICIA	560
CARNE DE EQUINO	259	ISLAS BALEARES	567
PRODUCCIÓN DE CARACOLES	260	LA RIOJA	573
CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS	261	NAVARRA	579
ELABORADOS CÁRNICOS	265	PAÍS VASCO	585
JAMÓN IBÉRICO	267	REGIÓN DE MURCIA	591
PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE	268		
HUEVOS	284	ÍNDICE DE ANUNCIANTES	600

Índice general

INFORMACIÓN POR SECTORES	93	HELADOS	231	TURRONES Y MAZAPANES	362
CEREALES	94	QUESOS	232	MIEL	368
CEBADA	97	DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD EN EL SECTOR DE QUESOS	238	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL	375
TRIGO	98	CARNES	247	CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO	378
MAIZ	99	PORCINO	248	PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS	383
ARROZ	101	VACUNO	251	PRODUCTOS DESHIDRATADOS	385
CEREALES SECUNDARIOS	102	OVINO Y CAPRINO	253	COMIDA ÉTNICA	385
HARINAS	103	CARNE DE AVES	256	CALDOS Y SOPAS	389
PAN	104	CARNE DE CONEJO	258	PRODUCTOS DIETÉTICOS	391
MASAS CONGELADAS	105	CARNE DE EQUINO	259	PRODUCTOS FUNCIONALES	392
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES	108	PRODUCCIÓN DE CARACOLES	260	ALIMENTACIÓN INFANTIL	393
GALLETAS	111	CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS CÁRNICOS	261	ALIMENTOS PARA NIÑOS	394
PASTELERÍA INDUSTRIAL	112	JAMÓN IBÉRICO	267	ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS	395
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES	117	PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE	268	SALSAS	396
CEREALES PARA DESAYUNO	119	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES	269	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS	400
PASTAS ALIMENTICIAS	121	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES	276	SAL	403
PASTA FRESCA	121	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS	280	VINAGRE	406
ARROZ	125	HUEVOS	284	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE	408
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ	125	OVOPRODUCTOS	289	CAFÉ E INFUSIONES	409
LEGUMBRES	130	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS	289	CAFÉ	409
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES	138	PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA	293	TÉ Y OTRAS INFUSIONES	410
FRUTAS Y HORTALIZAS	142	PESCADO Y MARISCO FRESCO	302	CERVEZA	415
FRUTAS	149	ACUICULTURA	304	AGUAS ENVASADAS	419
CÍTRICOS	160	PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS	304	VINO Y MOSTO	424
FRUTOS SECOS	163	CONSERVAS DE PESCADO	306	VINO	429
HORTALIZAS	166	AHUMADOS	308	MOSTO	431
CONSERVAS VEGETALES	186	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA	309	VINOS DE LAS IGPS - VINOS DE LA TIERRA	431
ZUMOS	191	OLIVAR	311	VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	432
PATATAS FRITAS Y SNACKS	195	ACEITE DE OLIVA	315	CAVA	435
FRUTOS SECOS	196	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA	321	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO	441
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS	200	ACEITUNA DE MESA	330	BEBIDAS ESPIRITUOSAS	461
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS	207	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA	340	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	466
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS	214	OLEAGINOSAS	341	SIDRA	471
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	215	ACEITES DE SEMILLAS	345	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS	475
LECHE LÍQUIDA	222	MARGARINA	349	BEBIDAS REFRESCANTES	476
PRODUCTOS LÁCTEOS	228	AZÚCAR	352	AGRICULTURA ECOLÓGICA	481
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	229	CARAMELOS	360		

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES	491	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	526	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	563
ANDALUCÍA	492	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		CONSUMO ALIMENTARIO	563
AGRICULTURA Y GANADERÍA	492	DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA	527	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	565
PESCA EN ANDALUCÍA	492	CASTILLA Y LEÓN	528	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD	
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	494	AGRICULTURA Y GANADERÍA	528	DIFERENCIADA DE GALICIA	566
CONSUMO ALIMENTARIO	494	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	530	ISLAS BALEARES	567
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	496	CONSUMO ALIMENTARIO	530	AGRICULTURA Y GANADERÍA	567
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	532	PESCA EN ISLAS BALEARES	568
DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA	497	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	569
ARAGÓN	498	DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN	533	CONSUMO ALIMENTARIO	569
AGRICULTURA Y GANADERÍA	498	CATALUÑA	534	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	571
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	500	AGRICULTURA Y GANADERÍA	534	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD	
CONSUMO ALIMENTARIO	500	PESCA EN CATALUÑA	535	DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES	572
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	502	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	537	LA RIOJA	573
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		CONSUMO ALIMENTARIO	537	AGRICULTURA Y GANADERÍA	573
DIFERENCIADA DE ARAGÓN	503	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	539	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	575
ASTURIAS	504	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		CONSUMO ALIMENTARIO	575
AGRICULTURA Y GANADERÍA	504	DIFERENCIADA DE CATALUÑA	540	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	577
PESCA EN ASTURIAS	504	COMUNIDAD DE MADRID	541	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD	
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	506	AGRICULTURA Y GANADERÍA	541	DIFERENCIADA DE LA RIOJA	578
CONSUMO ALIMENTARIO	506	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	543	NAVARRA	579
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	508	CONSUMO ALIMENTARIO	543	AGRICULTURA Y GANADERÍA	579
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	545	CONSUMO ALIMENTARIO	581
DIFERENCIADA DE ASTURIAS	509	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	583
CANARIAS	510	DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD DE MADRID	546	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	583
AGRICULTURA Y GANADERÍA	510	COMUNIDAD VALENCIANA	547	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD	
PESCA EN CANARIAS	510	AGRICULTURA Y GANADERÍA	547	DIFERENCIADA DE NAVARRA	584
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	512	PESCA EN COMUNIDAD		PAÍS VASCO	585
CONSUMO ALIMENTARIO	512	VALENCIANA	549	AGRICULTURA Y GANADERÍA	585
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	514	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	550	PESCA EN PAÍS VASCO	586
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		CONSUMO ALIMENTARIO	550	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	587
DIFERENCIADA DE CANARIAS	515	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	552	CONSUMO ALIMENTARIO	587
CANTABRIA	516	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	589
AGRICULTURA Y GANADERÍA	516	DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA	553	DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS	
PESCA EN CANTABRIA	517	EXTREMADURA	554	DE PAÍS VASCO	590
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	518	AGRICULTURA Y GANADERÍA	554	REGIÓN DE MURCIA	591
CONSUMO ALIMENTARIO	518	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	556	AGRICULTURA Y GANADERÍA	591
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	520	CONSUMO ALIMENTARIO	556	PESCA EN LA REGIÓN	
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	558	DE MURCIA	593
DIFERENCIADA DE CANTABRIA	521	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD		DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	594
CASTILLA-LA MANCHA	522	DIFERENCIADA DE EXTREMADURA	559	CONSUMO ALIMENTARIO	594
AGRICULTURA Y GANADERÍA	522	GALICIA	560	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	597
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	524	AGRICULTURA Y GANADERÍA	560	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD	
CONSUMO ALIMENTARIO	524	PESCA EN GALICIA	561	DIFERENCIADA DE LA REGIÓN DE MURCIA	598

UN AÑO CON MUCHAS LECCIONES QUE APRENDER

LUIS PLANAS PUCHADES. MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



Cada año, la nueva edición del Informe Anual de Mercasa constituye una buena ocasión para actualizar los datos y el conocimiento sobre la evolución del sistema agroalimentario español y, en particular, sobre el comportamiento de la cadena comercial de alimentos frescos.

Es evidente que el año 2020 va a estar definido por la pandemia del Coronavirus y por todas sus consecuencias sociales y económicas. Se trata de una adversidad que nos va a dejar lecciones indelebles, que, de ahora en adelante, deberían ocupar un lugar destacado en nuestra toma de decisiones. La primera de esas enseñanzas es que, en un contexto inédito y de gran confusión, el sector agroalimentario en su conjunto -desde la producción hasta la venta, pasando por la transformación y la distribución- ha observado un comportamiento extraordinario para asegurar a toda la población el abastecimiento de alimentos sanos y de calidad.

En ese sentido, nunca me cansaré de repetir mi reconocimiento a todos los eslabones de la cadena alimentaria y, por supuesto, a Mercasa, como pieza fundamental de ese engranaje, por su conducta ejemplar, en un tiempo y en unas circunstancias tan complicadas. Pero hay una manera mejor de demostrar ese aprecio sincero y es la de situar al sector en el epicentro de la recuperación económica y social que la crisis sanitaria nos va a dejar pendiente. Así pues, la segunda lección nos reafirma en la convicción de que la capacidad de adaptación y resistencia del

sistema alimentario español, su fuerza flexible, tiene que seguir consolidando el papel que juega como motor de nuestra economía, ya que, además de haber demostrado eficacia y seguridad, ha confirmado su carácter estratégico en materia de suficiencia alimentaria.

Y una tercera lectura de esta crisis sanitaria viene, también, a ratificar un proceso de transformación y modernización que ya habíamos emprendido y que, ahora, reclama una aceleración tanto por la urgencia que nos demanda la salud del planeta como por la oportunidad que supone para la recuperación económica.

Como muy bien conocen Mercasa y la Red de Mercas, que, a través de sus nuevas orientaciones estratégicas, ya han dado muestras de su firme compromiso para contribuir a la sensibilización de la cadena alimentaria con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (DOS) de la Agenda 2030, no se trata de una recuperación meramente cuantitativa. Estamos ante la posibilidad de relanzar el crecimiento y el desarrollo desde unos parámetros cualitativamente diferentes que sustituyan la economía lineal y de agotamiento de los recursos naturales por otra circular y de huella neutra en el medio ambiente.

En este contexto de crisis sanitaria aún sin superar y de necesidad de una reactivación económica y social, Mercasa dispone de esa capacidad, propia de las organizaciones que trabajan en red, para detectar los datos más sensibles y las tendencias más prósperas en producción, industria, distribución y consumo de alimentos, gracias a las miles de transacciones que se producen cada día en su Red de Mercas. Su larga experiencia en estudios y publicaciones, a las que contribuimos con paneles de datos desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, son una garantía de análisis, de conocimiento e información fiable sobre el sector.

Entre ellos, el Informe Anual de Mercasa es un compromiso que, cada año desde 1998, acude a su cita de servicio a la sociedad mediante esta publicación donde se recogen importantes indicadores económico-financieros y estadísticos sobre los diferentes eslabones de la cadena alimentaria. En no pocas ocasiones, su presentación, cómoda, ágil y de consulta cómoda, ha sido un añadido para convertirse en un útil y práctico soporte informativo en nuestra búsqueda constante de un mejor y más cualificado conocimiento de la realidad alimentaria española. ■

PRUEBA DE SUPERACIÓN

JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA. PRESIDENTE DE MERCASA



En España hace tiempo que presumimos, y seguramente con razón, de tener uno de los mejores sistemas alimentarios del mundo. Sostenibilidad, diversidad, seguridad, cultura... Estos son los conceptos, entre otros muchos, que definen las aportaciones de clima y territorio en mano del buen hacer de los agricultores y ganaderos; una actividad pesquera y acuícola líder a nivel mundial; una industria alimentaria que se codea con los primeros sectores industriales de todos los ámbitos; una cadena comercial en la que conviven todos los modelos y formatos; y un sector de hostelería y restauración que, en condiciones normales, canaliza ya un tercio de todo el consumo nacional y atiende a millones de turistas de todo el mundo.

Sin olvidar la potencia exportadora de los alimentos y bebidas españoles, cada vez con mayor valor añadido que, además de aportar economía hacia toda la cadena, también contribuyen a compartir con el mundo el modelo de alimentación, dieta y gastronomía de la España Global.

Todo ello se refleja sobradamente en los textos y las cifras que se recogen en el anuario Alimentación en España, que Mercasa edita con el objetivo de poner a disposición de toda la cadena alimentaria y el conjunto de la sociedad una herramienta básica de conocimiento, recopilando información pública y privada de múltiples fuentes, hasta componer cada año un retrato de situación del sector; contando, en todo caso, con el lógico mayor peso de la información aportada por las estadísticas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Una radiografía que durante este año 2020 ha visto inevitablemente alterado su diagnóstico por las consecuencias de la crisis sanitaria de la

Covid-19, cuyos efectos se hacen notar, en mayor o menor medida, en todos los ámbitos de la sociedad.

En nuestro caso, sin embargo, debemos reconocer que la cadena alimentaria está sorteando, con buena nota, la prueba de superación a la que se ha visto sometida, especialmente en los momentos más críticos.

De un día para otro, con el país paralizado, fuimos capaces de no romper lo que en jerga técnica se denomina cadena de suministro, traducido en la práctica en que nunca faltaron alimentos ni se interrumpió la capacidad de comprarlos; incluyendo en este caso también a los consumidores del resto de Europa y el mundo habituados a consumir productos españoles, singularmente por su mayor complejidad en las frutas y hortalizas frescas.

El estrés de tensión que se ha vivido este año no tiene precedentes. Pero la cadena no se rompió. Y a ello contribuyó también de forma decisiva la existencia en España de un modelo de estructuras mayoristas en red, capilar y de ciclo corto, como el que representa la Red de Mercas, con 23 grandes complejos logísticos y de servicios en las principales ciudades, que integran a cerca de 3.000 empresas especializadas en frutas, verduras, pescados, mariscos, carnes y otros productos de alimentación.

En la constatación de las virtudes del modelo español de cadena durante la crisis cabe hacer, a este respecto, un análisis de ciertas diferencias entre la alimentación más industrial -o no perecedera- con el suministro de alimentos frescos.

En el primer caso, la eficiencia ha estado sobre todo en el engranaje de un correcto funcionamiento sin rupturas entre la disposición de materia prima, el procesado industrial y la gestión comercial, en alimentos que permiten una logística gestionada sin las urgencias de caducidad de los frescos.

Sin embargo, la excelencia a la que estamos acostumbrados en España en la compra y consumo de frutas, verduras, pescados, mariscos y carnes se explica, en gran medida, por la existencia del soporte de la Red de Mercas. Así era ya antes de la crisis sanitaria y así se ha reforzado todavía más en este año 2020 tan excepcional en todos los sentidos.

Es evidente que el camino más corto entre dos puntos es la línea recta. Y así ocurre también con la cadena alimentaria en España, porque entre origen y destino está la Red de Mercas, para canalizar cada día alimentos frescos al menos para 30 millones de personas, que gracias a ello disponen de los ingredientes necesarios para mantener una alimentación saludable y sostenible. ■



biomarket
mercabarna



www.mercabarna.com/biomarket

YO SOY BIO

Biomarket,
el primer mercado mayorista
de alimentos ecológicos de España.

Yo soy el nuevo mercado mayorista de productos ecológicos de Mercabarna. Un nuevo espacio con una amplia cantidad, variedad y calidad de productos bio. Más cercano, porque cuidar a tus clientes te sea ahora más fácil. Una instalación que cumple con todos los requisitos de seguridad alimentaria y certificaciones para garantizarte, en todo momento, la mejor oferta bio. Yo soy Biomarket, abierto para los profesionales desde el mes de noviembre. **Yo soy Bio.**



DATOS BÁSICOS

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2020



AGRO

EN BANKIA NOS PONEMOS EN LA PIEL DE TU EXPLOTACIÓN O NEGOCIO

Ponernos en tu piel
es dar valor a tu esfuerzo,
y ofrecerte las soluciones
de financiación que
realmente impulsan
tu negocio.

Descubre nuestra gama de productos
agro en tu oficina Bankia Agro
o en bankia.es

Bankia

PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA



PRODUCCIONES

El valor de la Producción de la Rama Agraria (PRA) española en 2019 ascendió a 50.656,9 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), un 2,9% menos que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca, y Alimentación (MAPA).

Si de la PRA se deduce el valor de los “inputs” o consumos intermedios, que en 2019 supusieron 24.100,9 millones de euros (un 3,2% más que en 2018), se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos (VAB), que resultó ser de 26.556 millones de euros, un 7,8% menos que en 2018.

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

como la conservación de los edificios utilizados en las explotaciones agrarias.

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

Por su lado, se considera el Valor Añadido como “bruto” porque la maquinaria agrícola y las instalaciones agrarias se deterioran con el uso y hay que reponerlas dentro de un plazo variable, debiéndose por ello prever -en este Valor Añadido- una partida para amortizaciones, tras deducir la cual se obtiene el Valor Añadido Neto a precios básicos (VANpb). Durante 2019, dichas amortizaciones se estimaron en 5.516,2 millones de euros, una cifra superior a la de año antes.

Las explotaciones agrarias también perciben otras subvenciones, no ligadas a unos productos concretos, tales como las relativas al Desarrollo Rural (jóvenes agricul-

tores, formación, jubilación anticipada, zonas desfavorecidas, medidas agroambientales, desarrollo de zonas rurales, etc.).

Si al VANpb se le añade estas subvenciones (5.635,5 millones de euros en 2019) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de 440,8 millones de euros en el año 2019) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), cuyo valor en el año 2019 fue 26.234,5 millones de euros (a precios corrientes), lo que supuso un descenso del 8,4% respecto a la RA de 2018

En 2019 se produjo un descenso del 1,2% en el volumen de trabajo de la agricultura expresado en UTAs (Unidades de Trabajo Año), de acuerdo con los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), por lo que la Renta Agraria en términos corrientes por UTA retrocedió el 7,3%. ■

EMPLEO

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), al acabar 2019 estaban activos dentro del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca) un total de 906.925 personas, un 5,4% menos de los que había al acabar el último trimestre del año anterior.

Por su lado, al acabar el año el número de ocupados en el sector agrario (agricultura, pesca y silvicultura) era de 793.900 personas, un 3,8% menos que en el año anterior. En la industria de la alimentación y bebidas el número de ocupados al acabar 2019 (datos de la EPA del cuarto trimestre) ascendía a 462.300 personas, un 4,2% más que en el mismo período del año anterior. ■

SECTORES

CEREALES

La producción de cereal disminuyó en 2019 un 1,3%, mientras que los precios bajaron en general un 5,7%, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Por todo ello, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria nacional disminuyó un 6,9%, hasta situarse en 4.629,5 millones de euros en términos corrientes.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS EN 2019	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN (Miles de toneladas)
TRIGO	5.841
CEBADA	9.129,5
MAÍZ GRANO	3.842,5
ARROZ (CÁSCARA)	808
GARBANZOS	47,7
GUISANTES SECOS	174
GIRASOL	788,2
REMOLACHA AZUCARERA	2.774
SANDÍAS	1.210,7
MELONES	641,5
FRESAS/FRESONES	352,4
MANZANAS DE MESA	664,2
PERAS	314,4
ALBARICOQUES	131,7
MELOCOTONES	910,6
PLÁTANOS	396,7
UVAS DE MESA	331,5
NARANJAS	3.331,3 (campana 19/20)
MANDARINAS	1.815,2 (campana 19/20)
LIMONES	922,9 (campana 19/20)
ALMENDRAS CÁSCARA	331,8
PATATAS	2.269
TOMATES FRESCO	5.213
JUDÍAS VERDES	141,3
PIMIENTOS	1.441,4
ALCACHOFAS	201,6
BRÓCOLI	541
COLIFLORES	187,8
AJOS SECOS	274,6
CEBOLLAS	1.369,6
CALABACÍN	602
PEPINOS	622
LECHUGAS	1.008,5
ZANAHORIAS	386,2
ACEITE DE OLIVA	1.118,2 (campana 19/20)
ACEITUNAS ADEREZO	462 (campana 19/120)
VINO Y MOSTO	37,2 (millones de hl.)
CARNE DE VACUNO	695,9
CARNE DE OVINO	116,6
CARNE DE CAPRINO	10,2
CARNE DE PORCINO	4.627,2
CARNE DE AVES	1.736,1
CARNE DE CONEJO	52,6
LECHE DE VACA	7.222
LECHE DE OVEJA	509
LECHE DE CABRA	474
HUEVOS DE GALLINA	833

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) se elevó por encima de los 19,88 millones de toneladas, un 21% menos que en el año precedente. En el año anterior, la cosecha se había disparado un 44%, por lo que el descenso de 2019 situó la producción en la media de los últimos años.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en el año 2019 se situó en 320 millones de toneladas, un 9,5% más que en la campaña anterior.

En la Unión Europea, la mayor cosecha fue la de trigo blando con 148,4 millones de toneladas (casi 20 millones de toneladas más que un año antes), seguida de la de maíz con 68 millones de toneladas (inferior a la del año precedente) y la de cebada con 63 millones de toneladas (7 millones de toneladas más en la campaña anterior). ■

LEGUMINOSAS

En la campaña de comercialización 2019, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 361.900 hectáreas, un 10% menos que en la campaña anterior, que también registró un descenso importante de las siembras.

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

Junto con la reducción de las siembras se produjo una caída de la producción de todos estos cultivos. Así, se cosecharon 399.2000 toneladas en total, un 39% menos que un año antes.

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

FRUTAS Y HORTALIZAS

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

El valor de la producción española de frutas y hortalizas ascendió en 2019 a 17.911,9 millones de euros. La cifra supuso un retroceso del 8,2% respecto a la campaña anterior, en la que se registró un notable aumento del valor generado por estas producciones, especialmente por las frutas

Estas producciones agrícolas en conjunto (frutas y hortalizas) representaron en 2019 el 35,4% de la Produc-

ción Final Agraria del país y también el 61% de la Producción Vegetal final.

De todos los subsectores que componen este amplio grupo, el que más aportó al conjunto en el año 2019 fue el de las hortalizas con 9.624,8 millones de euros (en 2018 su aportación fue inferior). En el dato de la hortalizas está incluida la pequeña aportación del sector de las flores y plantas, según datos del Ministerio de Agricultura.

Por lo tanto, el subsector de las frutas aportó con 8.287,1 millones de euros, casi 1.845 millones de euros menos que en el año precedente (están incluidas también en esa cifra las aportaciones de las aceitunas y las uvas). ■

PATATAS

La producción de patata en 2019 aportó cerca del 1,5% de la Producción Final Agraria nacional y el 2,6% de la Producción Vegetal Final, según datos del Ministerio de Agricultura. Al contrario que en el año anterior, este cultivo registró en 2019 un aumento importante en el volumen de producción. Según los datos del MAPA a efectos de calcular la renta agraria, la producción de patata en 2019 aumentó en volumen un 12,8%, al tiempo que los precios subieron de media un 0,8%.



Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 768,6 millones de euros a precios corrientes, frente a los 676 millones del año 2018.

A nivel de cultivo, la superficie se incrementó, al contrario que un año antes. Se sembraron 68.500 hectáreas en todo el territorio nacional, 1.000 hectáreas menos que un año antes.

Y en cuanto a la producción, ésta se situó en 2,2 millones de toneladas, un volumen superior en un 12,8% al del año precedente, según estimaciones del MAPA. ■

REMOLACHA AZUCARERA

En la campaña 2018/2019 la producción nacional de azúcar quedó en 390.700 toneladas, un 29% menos que en la campaña precedente, según los datos manejados por la Comisión Europea, que hacen referencia a la producción en campaña, sin sumar o restar el saldo de la campaña anterior.

Por su parte, en la campaña 2019/2020 la previsión de la Comisión apunta a una producción de azúcar en España cercana a los 408.300 toneladas, superior a la anterior.

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

En la Unión Europea, La producción comunitaria de azúcar en la campaña 2018/2019 disminuyó un 17% hasta los 17,6 millones de toneladas, según los datos publicados por la Comisión Europea.

Por su lado, en la campaña 2019/2020 volvió a bajar la producción comunitaria de azúcar hasta 17,3 millones de toneladas. ■

OLEAGINOSAS

En España la producción de las principales semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), registró en el año 2019 un cambio de tendencia a la baja, tras la subida de la campaña anterior. Así, en la campaña 2018/2019 (que va de julio a junio) la superficie destinada al cultivo de colza, soja y girasol sumó 771.000 hectáreas y la producción quedó en 1,13 millones de toneladas.

Por su lado, en la campaña 2019/2020 la producción resultante fue 937.000 toneladas, a pesar de que la super-

ficie se mantuvo estable. La caída de la producción fue consecuencia del descenso de los rendimientos obtenidos en la última campaña.

En el conjunto de los 28 Estados Miembros de la Unión Europea, la producción de oleaginosas en el año 2019 superó los 29,7 millones de toneladas, un 9,7% menos que en el año anterior. En 2019, la mayor cosecha en volumen fue la de colza y la menor, la de linaza. ■

VINO Y MOSTO

En el año 2019 el sector del vino y del mosto representó el 4,1% del valor de la Producción Vegetal final y el 2,4% de la producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron muy inferiores a los del año precedente debido a la reducción de la cosecha.

Así, al contrario que en 2018, el volumen de vino y mosto producido en España se redujo espectacularmente. Así, en 2018 había aumentado en volumen un 38%, pero en 2019 se produjo una caída del 24,6% en volumen, unida a una bajada de los precios del 0,6% (un año antes habían bajado un 8%).

Según los datos del Ministerio de Agricultura, el resultado final de estos datos es que el sector generó en 2019 un valor de 1.206 millones de euros a precios básicos, 402,7 millones menos que un año antes.

En la vendimia de 2019 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 4,9 millones de toneladas de uva (1,4 millones menos que un año antes), de las cuales 2,6 millones de toneladas fueron uvas blancas y 2,3 millones tintas. La región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha (2,6 millones de toneladas en 2019), seguida muy de lejos por Cataluña (414.622 toneladas) y Cataluña (393.724 toneladas).

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2019 se situó en unos 36,5 millones de hectolitros, un volumen inferior en un 26% al de la campaña precedente, según los datos del MAPA (la campaña 2018 fue especialmente buena en producción).

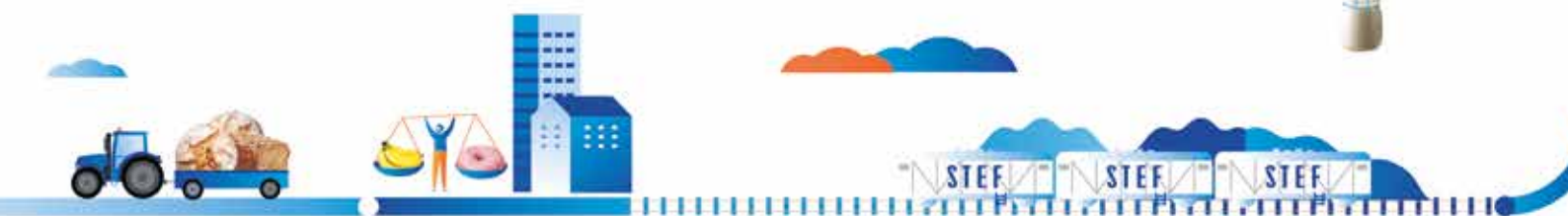
De esta producción total, casi 33 millones de hectolitros eran vinos y el resto mostos (zumo exprimido y no fermentado de las uvas). Con respecto al año precedente, disminuyó más la producción de estos últimos que la de vino propiamente dicho, que lo hizo en un 24%.

La producción de vino en la Unión Europea se situó en torno a 156,1 millones hectolitros, lo que supuso un



STEF  | 100 AÑOS

Nuestra misión es
conectar la industria
alimentaria con
el consumo



+34 91 903 41 05

www.stef.es



retroceso del 15% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión. Este retroceso fue consecuencia de las condiciones climáticas desfavorables en los principales países productores. ■

ACEITE DE OLIVA

La superficie dedicada al olivar en España al acabar el año 2019 ascendía a 2.733.620 hectáreas, cifra superior en un 1,54% a la del año anterior. En España, el valor de los productos obtenidos del olivar representó en 2019, a efectos de calcular la renta agraria nacional, el 5,3% de la Producción Agraria final y el 9,2% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año precedente.

Según los datos del MAPA, la producción de aceite de oliva 2019, estimada a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy positiva, al contrario de lo que sucedió en el año anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la campaña 2019/2020, sino con la anterior 2018/2019.

En este sentido, en cantidad la producción de aceite de oliva a efectos de calcular la renta agraria se disparó un 52%, mientras que los precios bajaron de media un 23,6% (en 2018 también bajaron).

El valor generado por el sector del aceite de oliva se redujo significativamente y se situó en 2.693,5 millones de euros, muy por encima del valor del año 2018.

La producción nacional de aceite en la campaña 2018/2019 alcanzó un volumen cercano a 1,8 millones de toneladas, un 42% más que en la campaña 2017/2018.

Sin embargo, la producción nacional de aceite en la campaña 2019/2020 se redujo y alcanzó un volumen de 1,11 millones de toneladas. La producción de esta campaña resultó inferior en un 38% a la de la pasada.

La producción de aceite en la Unión Europea en la campaña 2018/2019 ascendió a algo más de 2,2 millones de toneladas, un 3,4% más que en la campaña anterior, cuando también creció la producción. En la campaña 2019/2020, la UE produjo poco más de 1,9 millones de toneladas de aceite de oliva, un 15% menos que en la campaña precedente. ■

ACEITUNA DE MESA

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. En la campaña 2018/2019 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 601.000 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 7% superior al de la anterior campaña, en la que la cosecha descendió en un porcentaje similar.

Por su lado, en la campaña 2019/2020, la producción de aceituna de mesa volvió a descender hasta algo más de 452.000 toneladas.

A nivel Europeo, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2018/2019 ascendió a cerca de 822.000 toneladas, un volumen inferior en un 9,3% al de la campaña precedente, según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2019/2020, las previsiones de este organismo señalan que habrá un retroceso del 1,6% en la cosecha comunitaria, hasta alcanzar unas 809.000 toneladas. ■



PORCINO

La producción de carne de porcino supuso en 2019 el 41,9% de la Producción Final Ganadera y el 16,2% de la Producción Final Agraria, según datos del MAPA. Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2019 ascendió a 8.221,8 millones de euros, 874 millones más que un año antes.

La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 1,5% (el año anterior había aumentado un 6%) y los precios subieron un 10,3% (en 2018 habían subido hasta un 6,5%), dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 11,9%, según estimaciones del MAPA.

En la Unión Europea, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria aumentó considerablemente en 2019. Según datos de la Comisión Europea, la producción total de carne de cerdo alcanzó un valor de 35.897 millones de euros, un 33% más que en el año anterior.

El sector representaba en 2019 el 24,8% de toda la Producción Ganadera final de la UE, así como también el 10,5% de la Producción Agraria total (porcentajes inferiores a los de un año antes).

En cuanto a la producción de carne, el volumen producido a nivel comunitario fue mayor que el de 2018 (22,7 millones de toneladas, un 0,7% menos). ■

VACUNO DE CARNE

En 2019 la producción de carne de vacuno en España aumentó por quinto año consecutivo. Así, la producción ascendió a 695.939 toneladas, un 4% más que en el año anterior.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2019 el 15,3% de la Producción Final Ganadera y el 5,9% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos muy inferiores a los del año pasado.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España disminuyó en 2019 un 1,1%, tras cuatro años de subidas continuadas.

Asimismo, los precios bajaron un 2,1%, con lo que el valor generado por este subsector disminuyó también hasta llegar a 3.009,7 millones de euros, expresados en valores corrientes.

En 2019 el valor de las importaciones (carne fresca, congelada y el resto de los productos derivados) se elevó a 125.932 toneladas (1% más) por un valor de 661,5 millones de euros (un 2% menos que en 2018).

Respecto a las exportaciones de carne (todo incluido), aumentaron un 17,5% en volumen hasta las 191.295 toneladas, por un valor de 740,6 millones de euros (12% más).

Asimismo, se importaron animales vivos con un peso de 87.628 toneladas (1% más) y se exportaron animales con un peso de 116.690 toneladas (9% menos). Todas las importaciones de animales procedieron de la UE, pero se exportaron animales tanto a los países comunitarios, como a otros terceros. ■

OVINO Y CAPRINO DE CARNE

El sector de la producción de carne de ovino y de caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganaderos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino descendió en volumen un 0,4%, mientras que sus precios bajaron un 1,9%. Con todo ello, el valor generado por este subsector decreció un 2,3% con respecto al año precedente.

El sector ovino-caprino representaba en 2019 el 2,3% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,55% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos similares a los que representó en el año 2018 este subsector ganadero.

El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.174 millones de euros, 27 millones de euros menos que en el año 2018, en el que aumentó el valor generado por este subsector.

La cabaña total de ovino volvió a descender en 2019 hasta las 13,2 millones de cabezas, sin contar con los animales destinados a la producción de leche. Asimismo, la producción de carne de ovino rondó las 116.632 toneladas, un volumen inferior en unas 2.000 toneladas al del año precedente.

En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente, en 2019 se registró un ligero retroceso y quedó en 10.175 toneladas (unas 725 menos).

En la UE, el valor generado por el sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea durante 2019, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a cerca de 3.621 millones de euros.

Este subsector representó el 2,5% de la Producción Ganadera final y también el 1% de la Producción Agraria final, porcentajes en ambos casos muy inferiores a los del año anterior. ■

CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2019 el 4,93% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,75% de la Producción Final de la rama ganadera.

Al igual que sucedió un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2019 aumentó (7,1%), al tiempo que los precios bajaron (un 9,9%). Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2019 se redujo un 3,5% y se situó en 2.498,8 millones de euros, según datos del MAPA.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,73 millones de toneladas, un 6,7% más que en 2018. Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,46 millones de toneladas, por debajo del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo. Con respecto al comercio exterior, en 2019 se importaron 227.321 toneladas en total (Unión Europea y el resto de los países terceros), lo que supuso un retroceso del 2,8% respecto al año precedente. La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea.

En la UE, la producción de carne de pollo representó en 2019 el 83% de toda la carne de aves. Seis países sumaron más del 70% de toda la producción de carne de aves, que rondó los 15,8 millones de toneladas. De este volumen, correspondieron a los pollos 12,4 millones de toneladas, unas 200.000 más que en la campaña 2018. ■

CARNE DE CONEJO

La producción de carne se redujo en 2019 en cantidad un 5,8%, mientras los precios subieron un 8,5%, a efectos de calcular la renta agraria nacional.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector cunícola aportó el 0,4% y con respecto a la Producción



Animal, el 0,97% (en ambos casos, por debajo de las cifras del año 2018).

El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 190,6 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos), por encima de los 186,5 millones del año 2018.

La producción de carne estimada fue 53.022 toneladas (un 6,6% por debajo de los datos del año precedente).

El balance comercial del sector de la carne siguió teniendo un saldo positivo en 2019 pues las exportaciones superaron a las importaciones con creces. Así, en 2019 se importaron 2.082 toneladas de carne (570 toneladas más que un año antes), mientras que también se exportaron 5.463 toneladas de carne, 90 toneladas más que un año antes. ■

CARNE DE EQUINO

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de



Vehículos
Comerciales

Bajo 0 también es un 10



A veces los alimentos necesitan una temperatura perfecta para cuidarlos perfectamente, por eso el Crafter Fresh va de 10 para todos aquellos productos que necesiten estar a 0°C o incluso hasta -20°C. Descubre más sobre el Crafter Fresh en volkswagen-comerciales.es.

Gama Crafter con motores EU6 consumo medio WLTP: 9,4 l/100km. Emisión de CO₂ WLTP: 243 g/km. Emisión de CO₂ NEDC: 196 g/km. La imagen incluye equipamiento opcional con sobreprecio.

volkswagen-comerciales.es

equino se redujo en cantidad en 2019 un 2,5%, mientras los precios subieron un 3,1% (en el año anterior bajaron). El valor generado por este subsector aumentó un 0,5% con respecto a un año antes, hasta llegar a alcanzar un valor de 77,7 millones de euros (valores a precios básicos).

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2018 el 0,13% (igual que otros años) y con respecto a la Producción Animal, el 0,2%. Cada año, la aportación de este subsector a la Producción Final Agraria es menor, al contrario que en la Unión Europea.

En 2019 se sacrificaron menos de 38.200 animales (un 0,1% menos que en 2018) y la producción de carne se situó en cerca de 9.823 toneladas, un 4% menos que la producción del año precedente.

En cuanto al comercio exterior, en 2019 se importaron 302 toneladas de carne y despojos de animales de la especie caballar (un 23% menos que en el año anterior) y se exportaron 7.073 toneladas (10% más), según los datos de la Dirección General de Comercio. ■

HUEVOS

La producción nacional de huevos representó en 2019 el 4,9% de la Producción Final Ganadera y el 1,9% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

En el año 2019, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 966,6 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra inferior en un 12,8% a la del año anterior (en los últimos dos años había crecido).

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos disminuyó en cantidad un 1,3% en 2019, mientras que los precios bajaron un 11,7%.

La producción de huevos superó los 1.154,6 millones de docenas, un 4% más que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura.

En los 28 Estados Miembros de la UE, la producción de huevos en 2019 se elevó hasta los 7 millones de toneladas (incluidos no sólo los huevos para consumo, sino también los destinados a incubar), un 7,3% menos que en el año anterior. ■

LECHE

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2019 supuso el 16% de la Producción Final Ganadera y el 6,3% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 3.178,8 millones de euros a precios básicos, 115,8 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector también creció.

En conjunto, a efectos de calcular la renta agraria anual la producción de leche

aumentó en volumen un 0,6% respecto al año 2018, encadenando así cinco años seguidos de incrementos.

Aproximadamente el 75% de la producción nacional de leche corresponde a la producción de leche de vaca, el 13% a la producción de leche de oveja y el 12% a la producción de leche de cabra. Las entregas de leche de vaca cruda a las industrias ascendieron en 2019 a 7,22 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior.

La producción láctea en la UE supuso en 2019 el 14% de la Producción Final Agraria y del 33,7% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ligeramente menores que en el año precedente.

El lácteo es el subsector ganadero que más aporta a la Producción Agraria Final de la UE, con un valor estimado en 2019 de 48.888 millones de euros, según datos de la Comisión Europea calculados a efectos de sumar la renta agraria anual. El valor generado por este subsector resultó inferior en casi 10,5 millones de euros al valor de un año antes. ■



COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO



Las ventas exteriores de productos agroalimentarios representaron en 2019 el 18% de todas las exportaciones españolas.

El valor de las exportaciones agroalimentarias registró un crecimiento del 5,2%, al alcanzar los 53.180 millones de euros. De esta cifra, 44.665 millones de euros fue el valor de las exportaciones de productos agrarios, 4.401 millones de euros de las ventas de productos no alimentarios y 4.113 de productos pesqueros.

Con relación al año precedente, solamente hubo incrementos en el grupo de los productos agrarios: un 6,6% más. Así, en el grupo de productos no alimentarios el descenso fue del 0,7% y en el de los pesqueros, del 2,3%.

Por su lado, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2019 también aumentó (1,2%) hasta situarse en 38.964 millones de euros, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca, y Alimentación (MAPA).

Conforme a estos datos, el saldo comercial agroalimentario fue finalmente de 14.215 millones de euros, un 18,2% más que en el año 2018.

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

CINCO GRANDES SUBGRUPOS

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

Como todos los años, el subgrupo que alcanzó un mayor valor dentro de las exportaciones españolas fue el de las frutas, con 8.855 millones de euros y un crecimiento del 3,6% con respecto al año precedente (el crecimiento en 2018 fue menor). La moderada subida del valor de estas exportaciones se debió a que los precios medios se situaron en 1 euro (un 5,7% menos que en el año 2018).

Las carnes y sus derivados, con un valor de exportación de 7.150 millones de euros, fueron el segundo grupo en importancia en 2019 y registraron un aumento de nada menos que el 28% con relación al año precedente, según estimaciones del Ministerio de Agricultura.

El tercer grupo por su importancia económica dentro de las exportaciones fue el de las hortalizas, aunque hay años que se pasa a ser el primero. En 2019, las ventas al exterior de estas producciones totalizaron un valor de 6.619 millones de euros, con un crecimiento del 8,6%, según las mismas fuentes.



EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2018	2019	2018	2019
ACEITE DE OLIVA	3.036	2.931	897	1.077,2
AGUA	333,1	369,2	587,3	638,13
AGUACATES	292,9	343,5	107,6	109,1
AJOS	234,8	315,9	151,7	183,8
ALBARICOQUE	143	118,4	108,9	92,8
ALMENDRA (cáscara y grano)	567,3	683,8	96,2	107,8
ANIMALES VIVOS BOVINO	339,5	289,7	128,2	116,7
ANIMALES VIVOS PORCINO	143,8	161,5	127,9	117,9
ARROZ	166,2	181,8	283,1	289,5
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	486,8	541,4	185,9	206,4
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	65,1	49,7	127,4	94,6
CALABACINES	311,2	337,6	361,9	415
CARNE DE OVINO-CAPRINO	180,1	193	41,9	45
CARNE DE PORCINO TOTAL	3.410	4.582	1.523,8	1.723,1
CARNE DE VACUNO TOTAL	659,7	740,6	162,8	191,3
CARNE Y DESPOJOS DE AVES	349,6	385	240,6	234,5
CEBOLLAS	147,5	189,9	353	404,6
CERVEZA DE MALTA	208,3	217,2	296,7	293,6
CIRUELAS	86,5	91,8	71,6	94,2
COLES Y BRÓCOLIS	470,8	524	485,7	483,8
CONSERVAS DE ACEITUNAS	937	975,4	683,4	727
CONSERVAS DE PESCADO	739,5	792,5	174	153,9
FRESAS Y FRESONES	587	595,3	278,6	293,5
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	194,2	207,4	159	154,4
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	120,7	166,6	54,7	74,5
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	228,2	219,4	208	186,7
LECHUGAS Y ACHICORIAS	690,4	760,3	795,2	760,4
LIMONES	704,7	727,6	599,6	734
MANDARINAS	1.238	1.289	1.369	1.372
MANZANAS	88	90,8	112	119
MELOCOTONES	381,8	368	382,4	399,8
MELONES	305,6	318,6	405,3	455,8
MOLUSCOS	914,30	876,5	220,00	219,4
NARANJAS	1.097,10	1.113,2	1.527,80	1.756,8
NECTARINA	408,1	429	357,4	429
PATATA	129	153	280,8	303
PEPINOS Y PEPINILLOS	595	602,1	648,5	704,5
PERAS	74,2	99,6	93,8	128
PESCADO CONGELADO	791,4	744,5	453	417,4
PIMIENTA	159,4	173,23	64,5	67,6
PIMIENTOS	977,2	1.113,9	745,9	829
PLÁTANOS Y BANANAS	66,2	64,7	104,3	97
PRODUCTOS DE PANADERÍA	954,1	1.075,5	471	508,2
QUESOS Y REQUESÓN	478,5	509,6	100	107,6

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2018	2019	2018	2019
SANDÍAS	428,6	416,2	861,9	911
TOMATES FRESCOS	927,2	921,7	812,6	767,4
TRIGO	82,1	128	331,3	503,8
UVAS FRESCAS	337	306,5	170,6	155,7
VERMUTY SIMILARES	81,7	67,3	64,4	51,7
VINO Y MOSTO	2.972,7	2.739,4	2.063	2.339,3
YOGURES	99,2	93,6	83	77,4

Fuente: DATACOMEX



Ya a mucha distancia con respecto a estos tres grandes grupos se encontró el sector de las bebidas, con el vino a la cabeza. En 2019, el valor generado por las exportaciones de este subgrupo fue de 4.466 millones de euros, un 0,4% más que en el año precedente.

Finalmente, el último gran sector exportador dentro de los productos agroalimentarios fue el de los aceites y grasas, entre los que sobresale el aceite de oliva. El valor alcanzado por las exportaciones nacionales de aceite también sufrió en 2019 un importante retroceso (5%), en consonancia con la tónica del año anterior. Con esta caída del valor de las exportaciones, el grupo de los aceites sumó un monto de 4.134 millones de euros. ■

CUATRO ALIMENTOS LÍDERES EN EXPORTACIÓN

Los cuatro alimentos que alcanzan un mayor valor dentro de las exportaciones agroalimentarias son la carne de cerdo, los cítricos, el aceite de oliva, el vino y los tomates. En 2019, las exportaciones de carne de cerdo (incluidos todos los productos del sector) vendida al exterior ascendió a 2,44 millones de toneladas, un 14% más que en el año anterior. Asimismo, el valor de estas exportaciones (que incluyen carne, despojos, elaborados, tocino y manteca) alcanzaron los 6,26 millones de euros, un 29% más. Los cítricos superaron en valor los 3,05 millones de euros, una cifra superior a la del año precedente. En volumen, las exportaciones de estas frutas alcanzaron los 3,9 millones de toneladas, muy por encima del año anterior.

En cuanto al aceite, las exportaciones del año natural (no de la campaña de comercialización) superaron el millón de toneladas (un 5% menos), por un valor de 3.027 millones de euros, un 20% más.

Asimismo, la exportación de vino descendió hasta alcanzar un valor de casi 2.740 millones de euros, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. Fueron los vinos sin ninguna indicación a granel los que lideraron el aumento en volumen de las exportaciones.

Finalmente, dentro de las hortalizas el tomate lidera las exportaciones nacionales y en 2019 alcanzó un valor de 921,7 millones de euros, un 0,6% menos que en el año precedente, cuando las exportaciones cayeron casi un 7%. Tradicionalmente, el subsector que más contribuye al crecimiento de las exportaciones es el de los productos transformados, que suponen casi el 60% del total exportado. ■

COMERCIO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Como en años anteriores, la primera región exportadoras de productos agroalimentarios de España fue Andalucía, que en el año 2019 superó en valor los 11,3 millones de euros, el 22,4% del total. Por detrás de esta región se situaron Cataluña (con el 21,1% del total), la Comunidad Valenciana (12,5%), la Región de Murcia (10,1%), Galicia (6,1%), Castilla-La Mancha (5,2%), Castilla y León (4,6%), Aragón (4,3%), Madrid (3,5%), Navarra (2,6%), el País Vasco (2,1%), La Rioja (1,3%), Cantabria (0,6%), Canarias (0,5%), Principado de Asturias (0,5%) e Islas Baleares (0,2%). ■

DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

El principal socio comercial de España fue la Unión Europea (UE) en 2019, si bien en los últimos años se ha observado un aumento paulatino de las exportaciones a países terceros.

Las ventas de productos agroalimentarios a la UE representaron en 2019 el 72% del total vendido, un punto menos que en el año anterior. El valor de las ventas agroalimentarias a la UE se elevó a 38.108 millones de euros, con un crecimiento del 2,8% con relación al valor de las exportaciones del año 2018.

Por países, los seis principales destinos de las exportaciones agroalimentarias españolas fueron en 2019 Francia (con un valor de 8.391 millones de euros, un 1,4% más que en 2018), Alemania (con 5.885 millones de euros, un 1,2% más) e Italia (con 5.275 millones de euros, un 2,7% más). También ocuparon los primeros puestos en el ranking mundial de exportaciones agroalimentarias Portugal, Reino Unido (que en 2010 todavía pertenecía al club comunitario) y Países Bajos, que en 2019 registraron un nuevo incremento en el valor de sus compras a España. En cuanto a los países terceros, el valor de las exportaciones se elevó a 15.072 millones de euros, un 12,1% más que en 2018.

Los tres principales destinos de las exportaciones agroalimentarias de España fueron China, Estados Unidos y Japón. En concreto, China importó alimentos por un valor superior a los 2.339 millones de euros (un 79,3% más que en el año anterior, cuando este país fue el segundo destino de las exportaciones).

Por su parte, las exportaciones a Estados Unidos alcanzaron un valor de 2.175 millones de euros (un 7% más) y las de Japón totalizaron 1.012 millones de euros (un 9,6% más).

Además de estos países, otros destinos de las exportaciones españolas entre los países terceros fueron Suiza y Marruecos.

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



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

COMERCIO AGROALIMENTARIO COMUNITARIO

El 2019 fue un año récord para el comercio agroalimentario de la Unión Europea (UE-28). Según datos de la Comisión, el valor de exportación de los productos agroalimentarios ascendió a un total de 151.200 millones de euros (un 10% más que en el anterior), mientras que las importaciones ascendieron a 119.300 millones (un 2,5% más).

El superávit de la balanza comercial se situó en 31.900 millones de euros, un 52% más que en el año anterior.

Por países, el destino principal de las exportaciones agroalimentarias de la UE en 2019 fue Estados Unidos, con unas ventas de 24.300 millones de euros. Le siguieron China (15.300 millones de euros), Suiza (8.500 millones de euros), Japón (7.600 millones de euros) y Rusia (7,2 billones de euros). Estos cinco países recibieron más del 40% de las exportaciones agroalimentarias de la UE en 2019.

En este sentido, China fue el país que más aumentó sus compras de productos agroalimentarios de la UE en 2019, seguid de Estados Unidos y Japón, mientras que otros destinos como Libia o Hong Kong registraron descensos en comparación con las ventas del año anterior.

Con respecto a las importaciones, cinco países aportaron el 35% del total comprado por la UE. Estados Unidos fue el principal proveedor (con 11.800 millones en importaciones), seguido de Brasil (11.600 millones de euros), Ucrania (7.400 millones), China (6.100 millones de euros) y Argentina (5.000 millones de euros).

En 2019 aumentaron las importaciones desde Ucrania, pero también desde otros destinos como Canadá, China o Perú. Sin embargo, cayeron en valor las importaciones agroalimentarias desde Estados Unidos o Nueva Zelanda. Por productos, los primeros en el ranking de la exportación son el vino (y otras bebidas como el vermut o la sidra) que representaron el 8,3% del total; los alimentos infantiles; la carne de cerdo fresca, refrigeradas y congelada; la pasta; el chocolate y los helados; los preparados vegetales y el trigo.

En cuanto a las importaciones, la UE compró principalmente frutas tropicales, oleaginosas, fruta fresca, vegetales y sus preparados y carne de pollo, entre otras producciones. ■


IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2018	2019	2018	2019
ACEITE DE GIRASOL	364,2	421	520,5	597,4
ACEITE DE OLIVA	506,5	325,6	166,4	148,5
ALMENDRA (cáscara y grano)	501,3	536,4	108,3	110,4
ANIMALES VIVOS VACUNO	293,7	264,3	94,2	143,3
ARROZ	110,2	118,3	208	210
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	141,8	136,7	43	42,8
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	462	616,8	1.130	1.611,7
CACAO EN GRANO	192,7	213,6	99,8	101,6
CAFÉ	874	851,8	320	337,5
CALAMARES Y JIBIAS	1.091	428	282,8	70
CARNE DE AVES	323,5	345,5	168,9	150
CARNE DE PORCINO	183	195,6	112,7	104
CARNE DE VACUNO	675	535,6	124,7	92,7
CEBADA	86,3	208,9	465,9	1.225,9
CERVEZA DE MALTA	286,3	296,1	490,7	487,8
CHOCOLATE	563	661	156,7	150
CRUSTÁCEOS	1.266	1.269	187	186,2
GARBANZOS	51,4	46	52,6	57,4
HABAS DE SOJA	1.137	1.077,6	3.394,70	3.260,9
JUDÍAS VERDES	174,8	154,9	143,8	112,1
KIWIS	192,3	191,6	182,5	217,5
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	99,8	96	89,8	108,6
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	155,8	186,4	144,5	140,7
LENGUADO	39	38,1	4,8	4
LENTEJAS	33,8	31,78	46,8	48,5
MAÍZ	1.666	1.738	9.507,7	10.013,7
MANZANAS	146,9	136,6	167	191,8
MERLUZA	168,9	155,9	45	35,5
MOLUSCOS	1.976,2	1.751	408	399,8
PATATA FRESCA	209,4	297,8	817,6	781
PIÑA	122,3	121,7	178,8	168,7
PLÁTANOS Y BANANAS	190,2	197,8	365,3	307
PULPOS CONGELADOS	647	454,4	55,9	34,6
QUESOS Y REQUESÓN	1.046,9	1.112,3	297,2	209,7
RON	140	144,6	38,5	37
SALMONES DEL ATLÁNTICO	241	286	36,8	45
SEMILLAS DE GIRASOL	205	249,6	369,3	532,8
TOMATES FRESCOS	123,5	152,6	157,2	189
TRIGO	1.134,7	974,1	6.028	5.298
VINO	217,8	213	99,18	65,8
WHISKY	303,2	295,8	51,7	55,1
YOGURES	188,77	150,6	160,5	130,4

Fuente: DATACOMEX

INDUSTRIA ALIMENTARIA



Durante 2019, la industria de alimentación y bebidas se mantiene como primer sector industrial de España como ha venido sucediendo en los últimos años. De hecho, el sector ha ampliado su valor añadido bruto un 2,2% con respecto al ejercicio anterior hasta alcanzar los 26.425 millones de euros, conforme a la información ajustada a una nueva base que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

En 2019, la producción de la industria de alimentación y bebidas alcanzó un valor de 120.946 millones de euros. Por sexto año consecutivo, el sector registra un crecimiento positivo en su producción real, superando en este ejercicio la barrera de los 120.000 millones de euros. La actividad de esta rama industrial supone el 2,4% VAB nacional y representa el 14,9% del conjunto de la industria española. El subsector más importante en la industria de alimentación y bebidas es la industria cárnica, que representa el 22,4%, seguido por la fabricación de bebidas (14,2%), comidas para animales (10,8%), aceites y grasas (9,1%) y transformación de frutas y hortalizas (8,3%). Estos cinco sectores suponen casi dos terceras

partes de la producción total (su aportación conjunta asciende a 70.596 millones de euros).

Respecto al año anterior, han aumentado su actividad ocho de los diez sectores integrantes de esta rama industrial. El incremento más notable se produce en molinería (3,2%) y otros productos (3,2%) mientras que se sólo se producen descensos en frutas y hortalizas (-2,8%) y aceites y grasas (-16,6%).

En 2019, la industria de alimentación y bebidas ha reducido su dimensión constatando un ligero descenso del 2% en el número de empresas. A pesar de la reducción de 612 empresas existe un tejido empresarial consolidado que cuenta con un total de 30.730 empresas. Aunque las empresas de menos de 10 asalariados siguen siendo mayoritarias en el sector, la ampliación de sus plantillas y los procesos de fusión han aumentado el protagonismo de las empresas de mayor tamaño, cuya demografía se presenta como la más estable. La distribución por tamaño centra el notable avance en las empresas de más de 500 trabajadores. Desde la perspectiva sectorial, todas las empresas experimentan un comportamiento ne-

gativo destacando los subsectores de molinería (-6,8%), productos cárnicos (-4,6%) y bebidas (-4,3%).

A pesar de lo anterior, en 2019, la industria de alimentación y bebidas mejora su capacidad empleadora al registrar un aumento en el número de afiliados a la Seguridad Social de 10.448 efectivos. Por tanto, el sector contribuye positivamente a la creación de empleo confirmando su carácter estratégico económico y social en un contexto de desaceleración. Este sector supone el 21,1% del empleo de la industria manufacturera. De esta manera, alimentación y bebidas cuenta en 2019 con 436.700 afiliados, continuando la tendencia ascendente consolidada en los últimos años.

El crecimiento de afiliados con respecto al año anterior sitúa al sector por encima de la media de la industria manufacturera (1,4%) y de la totalidad de la industria (también con 1,4%). Cabe destacar el importante ascenso del empleo femenino, donde el porcentaje de empleadas en la industria de alimentos y bebidas asciende al 37,6% y 29,6%, respectivamente. En este contexto, más del 48% de los empleos generados en I+D es ocupado por mujeres.

Durante los últimos años, los esfuerzos realizados por la industria para mejorar sus ratios de productividad también se han hecho visibles. El avance registrado durante 2019 ha contribuido a reducir la brecha con el conjunto de la industria (concretamente, un aumento del 0,5% frente al 0%) generándose una productividad por cada puesto de trabajo de 68.573,9 euros.

El análisis sectorial indica que la industria cárnica emplea a 100.594 personas, lo que supone un 24,3% del total del empleo en el sector y, junto a panadería y pastas

alimenticias (86.308), representan el 45,2%. El siguiente en importancia es la fabricación de bebidas con 52.498 empleos (12,7%). A continuación, la preparación y conservación de frutas y hortalizas con 37.635 empleos (9,1% de participación); además, los productos lácteos también superan el 6,5% del empleo en el sector de la alimentación.

La calidad, la innovación, el desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación, tanto a procesos como a productos, son las claves del éxito en el comercio exterior para la industria agroalimentaria. En este sentido, en 2019, las ventas internacionales superan los 32.400 millones de euros en exportaciones. A pesar de la evolución positiva, las ventas al exterior se han visto afectadas por la inestabilidad de los mercados internacionales. La ralentización de los mercados europeos y las medidas proteccionistas derivadas de la guerra comercial entre Estados Unidos y China se acusa en el comportamiento de las exportaciones extracomunitarias de alimentos y bebidas españolas. Los cinco primeros destinos coinciden con países cuyas economías se han ralentizado (por ejemplo, Italia o Alemania), sin olvidar el efecto que tiene el Brexit sobre esta actividad. No obstante, la actividad de la industria en el mercado internacional sigue manteniéndose como pilar de desarrollo para el sector y la economía española y ofrece un saldo comercial positivo por valor de 9.644 millones de euros (acumula once años de superávit en la balanza comercial).

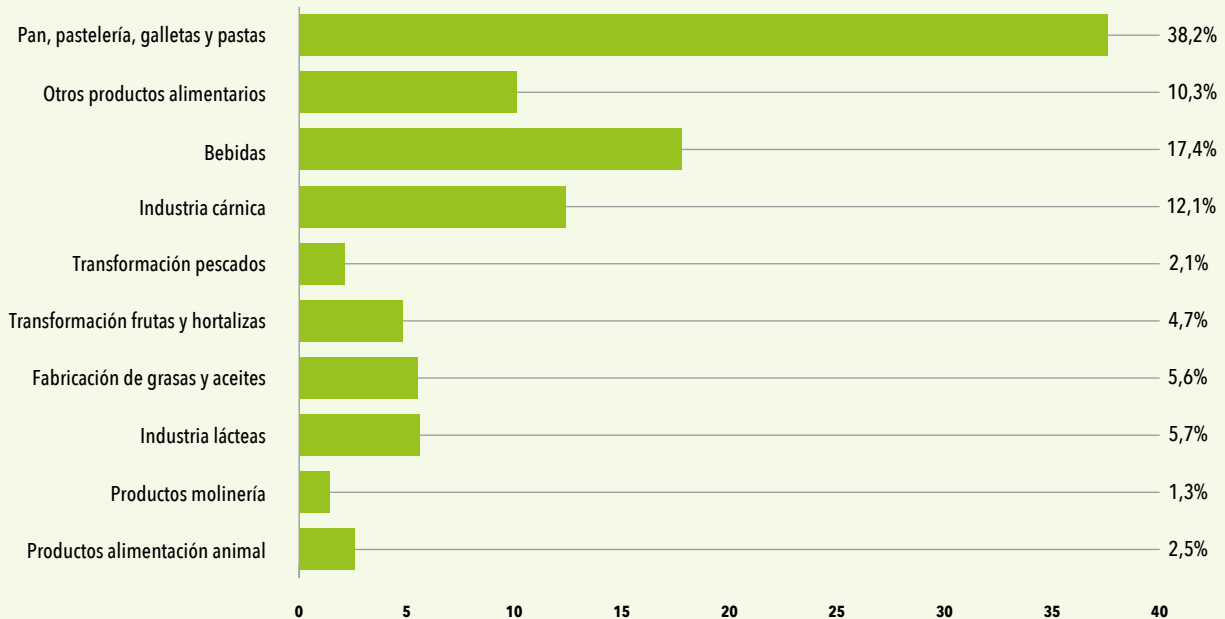
Dos tercios del total de las exportaciones se destinan a la Unión Europea que se mantiene como primer socio comercial, encabezado por Francia (14,7% sobre el total) y seguido de Italia (11,3%), Portugal (10,9%), Reino

DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA

	CÁRNICA	PESCADO	FRUTAS Y HORTALIZAS	ACEITES	LÁCTEOS	MOLINERÍA	PANADERÍA Y PASTAS	OTROS PRODUCTOS	ALIMENTACIÓN ANIMAL	BEBIDAS
NÚMERO DE EMPRESAS	3.705	639	1.452	1.708	1.756	409	11.745	3.178	782	5.356
VALOR DE LA ACTIVIDAD (MILLONES EUROS)	24.468	5.635	9.000	9.882	8.871	3.144	8.165	12.584	11.793	15.453
INDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL (2015=100)	104,3	101,7	106,1	103,2	100,5	106,9	104,5	105,4	110,0	102,1
OCUPADOS	100.594	20.243	37.635	10.829	28.239	7.550	86.308	57.114	12.910	52.498
HORAS MEDIAS TRABAJADAS POR OCUPADO	1.626	1.735	1.704	1.605	1.576	1.617	1.266	1.592	1.634	1.569
GASTOS DE PERSONAL	2.721	536	916	337	938	259	1.906	1.802	469	1.943
SALARIO MEDIO POR OCUPADO	27.622	27.035	24.832	31.821	33.930	35.026	21.796	31.558	37.120	37.010

FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2020).

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



FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2020).

Unido (6,2%) y Alemania (5,6%). Fuera de la UE, China se consolida como primer destino extracomunitario, alcanzando un porcentaje del 6,5% sobre el total, seguido de Estados Unidos (6,2%) y Japón (3%).

Los esfuerzos en I+D+i de la industria alimentaria siguen siendo significativos durante los últimos años. En este sector, el porcentaje de gastos en actividades innovadoras sobre su cifra de negocios, ronda el 1%. Con independencia del tamaño empresarial, el número de empresas alimentarias que realizan actividades de I+D ha seguido aumentando. La evolución reciente del número de empresas que realizan actividades de innovación mantiene las actuaciones internas como prioritarias. En cuanto al I+D externo, la adquisición de maquinaria, equipos, hardware y software consume la mayor parte del esfuerzo innovador. Frente a una distribución de los gastos corrientes que definen una notable concentración en los desarrollos tecnológicos en el conjunto de la economía, la industria alimentaria se decanta por consolidar y ampliar en la línea de investigación aplicada, elevando su representatividad hasta cotas próximas al 52% del total de sus gastos corrientes. ■



ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA

Las actividades de distribución comercial cuentan con la finalidad última de asegurar el abastecimiento de productos, especialmente los alimentarios, a los consumidores. Así, se advierte la significativa participación de las actividades minoristas de alimentación en el conjunto de la estructura distributiva. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 19,1% se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del DIRCE que elabora el INE; revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 106.616 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,3 locales comerciales especializados en comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de País Vasco (2,9 locales/1.000 habitantes), Castilla y León (2,7 locales/1.000 habitantes) y La Rioja y Cataluña (ambas con 2,6 locales/1.000 habitantes).

Los establecimientos de libreservicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incrementando el número de establecimientos y la superficie de venta. En 2019, se contabilizaron 23.484 establecimientos de libreservicio (494 hipermercados y 22.990

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

Nº EMPRESAS	96.251
Nº LOCALES	106.616
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	22.334.926
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	5.729.296
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	196.951
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	229.592
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	135.032

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2020).

supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 13.808.975 m².

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libreservicio en Andalucía (18,3%), Cataluña (16,1%), Comunidad Valenciana (12,1%) y Comunidad de Madrid (11,1%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (374,5 m²/1.000 habitantes), Cantabria (351,7 m²/1.000 habitantes), Galicia (346,2 m²/1.000 habitantes), y Comunidad Valenciana (333,0 m²/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (226,2 m²/1.000 habitantes), Murcia (273,8 m²/1.000 habitantes), País Vasco (278,1 m²/1.000 habitantes), y Castilla-La Mancha (288,2 m²/1.000 habitantes). ■

ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m ²	%	m ²	%
HIPERMERCADOS	494	1.809.138	13,1	904.569	9,2
Hipermercado pequeño	190	389.415	2,8	194.708	2,0
Hipermercado grande	304	1.419.723	10,3	709.862	7,2
SUPERMERCADOS	22.990	11.206.898	81,2	8.965.518	90,8
Hasta 399 m ²	12.915	2.326.006	16,8	1.860.805	18,9
De 400 m ² a 999 m ²	5.813	3.700.473	26,8	2.960.378	30,0
Mas de 1.000 m ²	4.262	5.973.358	43,3	4.778.686	48,4
TOTAL	23.484	13.808.975	100,0	9.870.087	100,0

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

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020).

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS

El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2019 un ascenso interanual en sus ventas del 2,1%. De forma más precisa, los productos de alimentación aumentaron un 1,7% y los no alimentarios se incrementan un 2,1% (concretamente, un 3,5% en equipo del hogar, un 3,0% en equipo personal y un 1,9% en otros bienes).

La desagregación del *Índice General del Sector Minorista*, según los distintos modos de distribución y considerando también las series corregidas, muestra un incremento de las ventas en algunas fórmulas comerciales respecto al año anterior (las grandes cadenas, con una tasa del 3,5%, presentan el mayor ascenso en su volumen de ventas). Por el contrario, las empresas unilocalizadas experimentan un descenso del -0,5%.

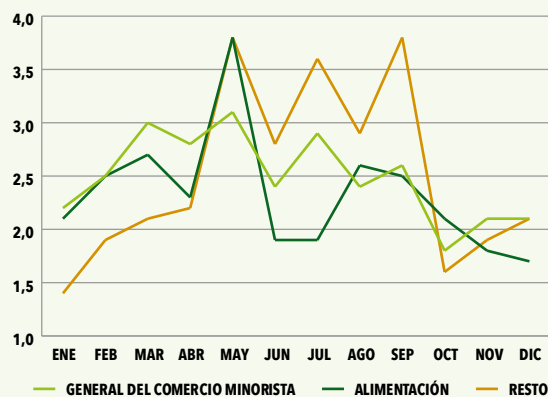
Por otra parte, en el conjunto del año 2019 y teniendo en cuenta la información de las series originales, catorce comunidades autónomas aumentan sus ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores

ascensos son Madrid (4,5%), Comunidad Valenciana (2,8%) y País Vasco (2,6%). En cuanto a la minoración en ventas, destacan Navarra (-1,2%), Asturias (-0,6%) y Extremadura (-0,2%).

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2019 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia positiva tanto en el *Índice General* como en el *Índice de Alimentación*. El *Índice General* ha evolucionado con tasas positivas durante todo el año, contando con el valor más elevado en mayo y el menor en octubre. En cuanto al *Índice de Alimentación* también se observa una evolución favorable durante todo el ejercicio destacando los meses de marzo, julio y agosto. ■



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



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

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

	Variación índice de ventas 19/18	Variación índice ocupación 19/18
Empresas unilocalizadas	-0,5	0,6
Pequeñas cadenas	1,9	-1,1
Grandes cadenas	3,5	3,5
Grandes superficies	2,0	-1,0
Índice General	2,1	0,9

Fuente: INE (2020).

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

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

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



Las actividades de restauración han consolidado fórmulas y técnicas para prestar el servicio de comida y bebida de acuerdo a las necesidades demandadas por los consumidores y, en consecuencia, han precisado la combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y modernas estrategias de gestión empresarial. En este contexto, la franquicia se ha desarrollado en la restauración de servicio rápido mediante la transmisión de conocimientos comunes y específicos a un conjunto

DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	70.743	28,1	80.736	28,8
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	14.461	5,7	18.112	6,5
Establecimientos de bebidas	166.807	66,2	181.230	64,7
Total servicios de comidas y bebidas	252.011	100,0	280.078	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2020).

LA FRANQUICIA EN RESTAURACIÓN

	ENSEÑAS	ESTABLECIMIENTOS	FACTURACIÓN (Millones euros)	EMPLEO
CAFETERÍAS Y CHOCOLATERÍAS	30	747	183,9	3.162
CERVECERÍAS Y SIDRERÍAS	11	425	130,9	1.819
COMIDA RÁPIDA	56	3.805	2.257,9	36.910
HELADERÍAS Y YOGURTERÍAS	27	663	123,5	1.606
RESTAURANTES	62	2.985	2.496,4	23.103
ESTABLECIMIENTOS TAPAS	21	782	231,4	3.607

Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Española de Franquiciadores (2020).

de establecimientos con el objetivo de prestar el servicio de alimentación y bebida conforme a un saber-hacer predeterminado. Los datos para el año 2019 del *Informe Franquicia en España* (Asociación Española de Franquiciadores) indican que en la restauración operan 207 enseñas con 9.407 establecimientos que consiguen una facturación de 5.424 millones de euros y ofrecen empleo a casi 70.207 trabajadores.

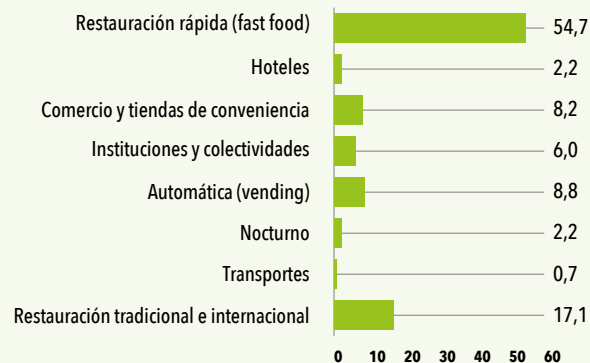
Los establecimientos de comida rápida suelen estar gestionados desde cadenas de restauración (muchas veces franquiciadas). En los últimos años se ha registrado una concentración mediante la formación de grupos empresariales que gestionan un elevado número de locales especializados, por orden de importancia,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

La facturación del sector de comida rápida en España se situó en 4.035 millones de euros (crecimiento del 4% respecto al año anterior debido a la recuperación del consumo privado y sobre todo al mayor gasto en turismo y ocio) según los datos del Observatorio Sectorial DBK. Las hamburgueserías se mantienen con la mayor parte del mercado (ventas aproximadas de 2.215 millones de euros) junto pizzerías (735 millones de euros) y a las bocadillerías (590 millones de euros). El sector presenta un alto grado de concentración (las cinco primeras cadenas reúnen el 72,2% del mercado total). La oferta de establecimientos de comida rápida se situó en 5.455 locales en 2019, lo que supuso un 4,1% más que un año anterior, correspondiendo el 70,7% a franquicias.

Por otra parte, en 2019, los locales de cadenas de restauración se han incrementado en más de 500 (abrieron 990 locales y se registraron 471 cierres). Entre las aperturas, la mayoría se ha realizado a pie de calle, cerca de un tercio en establecimientos de centros comerciales y en torno al 7% en otros emplazamientos como aeropuertos, estaciones o locales en concesión. Además, las aperturas bajo el patrón de la franquicia han disminuido, en favor de la explotación directa.

El sector de la restauración está muy vinculado con la confianza y las expectativas de los consumidores. Esto es, cuando las cosas van bien, las actividades de horeca crecen puesto que los individuos aumentan su demanda de alimentación fuera del hogar; por el contrario, cuan-

PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (% SOBRE VISITAS), 2019



Fuente: Elaboración propia con la información de NPD (2020).

do la coyuntura económica es negativa, se produce un retroceso inmediato de restaurantes, bares y cafeterías. Por tanto, la evolución futura de la restauración estará muy unida a la situación económica y a las expectativas de los consumidores.

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



CONSUMO ALIMENTARIO

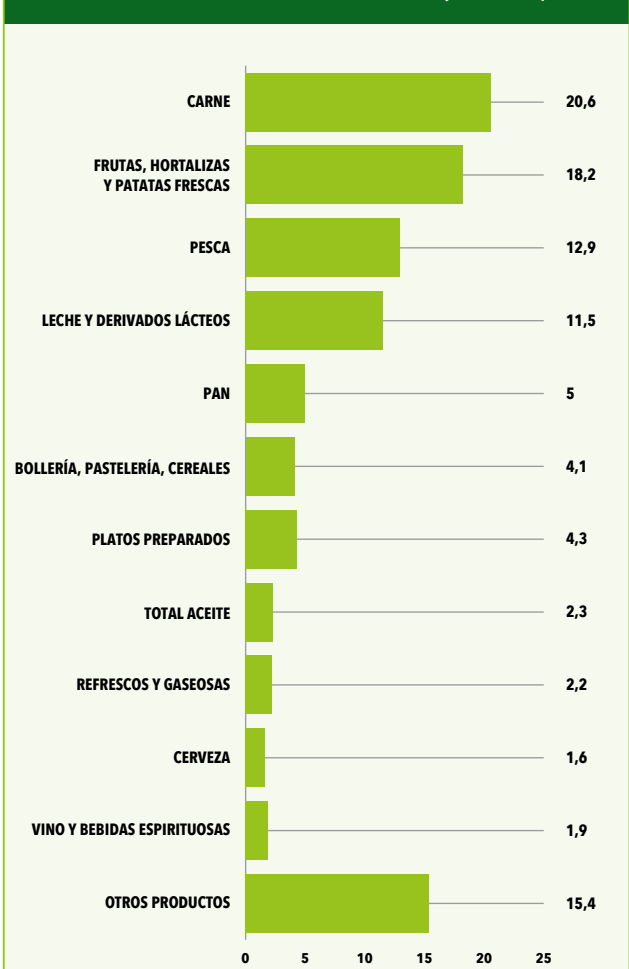


La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 105.465,2 millones de euros en 2019. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 69.503,1 millones de euros -un 65,9%- mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 35.962,1 millones de euros -un 34,1%-.

Durante el año 2019 se produjo un ligero ascenso del gasto alimentario con respecto al año anterior (2,3%), que ha sido más significativo en el consumo extradoméstico (4,1%) que en la alimentación del hogar (1,4%).

En la demanda de alimentación de los hogares españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 20,6% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 18,2%; los pescados un 12,9%; y, el gasto en pan alcanza el 5,0%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,5% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,1%), el aceite de oliva (1,6%) o los platos preparados (4,3%). ■

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2019





Fuente: MAPA (2020).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN, 2019

GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR 69.503,1 millones de euros Δ 2019-18: 1,4%	COMERCIO ESPECIALIZADO 11.763,3 millones de euros (16,9%) Δ 2019-18: -0,5%
	SUPERMERCADOS 41.927,4 millones de euros (60,3%) Δ 2019-18: 1,8%
	HIPERMERCADOS 9.446,3 millones de euros (13,6%) Δ 2019-18: 3,9%
	ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 188,6 millones de euros (0,3%) Δ 2019-18: -2,2%
	MERCADILLOS 616,4 millones de euros (0,9%) Δ 2019-18: 0,1%
	VENTA A DOMICILIO 403,9 millones de euros (0,6%) Δ 2019-18: -0,3%
	AUTOCONSUMO 1.396,1 millones de euros (2,0%) Δ 2019-18: -5,0%
	VENTA INTERNET 1.015,5 millones de euros (1,5%) Δ 2019-18: 18,7%
	OTROS CANALES DE VENTA 2.745,6 millones de euros (4,0%) Δ 2019-18: -4,5%
	HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, GRANDES ALMACENES 3.847,9 millones de euros (10,7%)
	RESTAURANTES 10.608,8 millones de euros (29,5%)
	BARES Y CAFETERÍAS 15.140,0 millones de euros (42,1%)
	PANADERÍAS Y PASTELERÍAS 503,5 millones de euros (1,4%)
	GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 35.962,1 millones de euros Δ 2019-18: 4,1%
TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO 1.366,6 millones de euros (3,8%)	
HOTELES 323,7 millones de euros (0,9%)	
MÁQUINAS DISPENSADORAS 611,4 millones de euros (1,7%)	
SERVICIOS EN LA EMPRESA 575,4 millones de euros (1,6%)	
OTROS CANALES DE VENTA 2.984,9 millones de euros (8,3%)	
GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 105.465,2 millones de euros Δ 2019-18: 2,3%	

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2020).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2019-2018

	CONSUMO	GASTO	
PRINCIPALES INCREMENTOS 2019-2018	<ul style="list-style-type: none"> Patatas fritas (293,3%) Chirimoya (96,8%) Queso fresco calcio (44,1%) Leche enriquecida (31,6%) Jamón ibérico entero (29,0%) Salmón congelado (26,1%) Frutas congeladas (23,5%) Gamas y langostino cocido (21,1%) Infusiones granel (20,3%) Plato preparado arroz (19,2%) 	<ul style="list-style-type: none"> Patatas fritas (297,9%) Chirimoya (156,2%) Queso fresco calcio (39,6%) Salmón congelado (31,6%) Berberechos congelados (31,5%) Leche bolsa (29,9%) Paleta ibérica entera (26,2%) Café torrefacto (22,3%) Vinos con IGO (21,9%) Aguacate (21,9%) 	
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2019-2018	<ul style="list-style-type: none"> Especias y condimento (-90,1%) Leche botella de vidrio (-68,9%) Aceite de oliva virgen (-43,7%) Yogur con aditivos (-36,1%) Batidos con cereal (-28,9%) Pastas a granel (-28,8%) Castañas (-26,1%) Salchichas congeladas (-25,9%) Aceite de orujo (-25,5%) Pulpo (-22,6%) 	<ul style="list-style-type: none"> Aceite de oliva virgen (-53,2%) Leche enriquecida con vitaminas (-46,7%) Aceite de orujo (-40,2%) Leche botella vidrio (-38,7%) Pastas a granel (-37,1%) Yogur con aditivos (-36,3%) Batidos con cereal (-29,5%) Castañas (-25,3%) Otros vinos (-24,2%) Aceite de maíz (-23,4%) 	

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2020).



CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2019

	CONSUMO			GASTO		
	Millones kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	384,2	8,3	1,3	899,4	19,5	1,3
CARNE	2.086,8	45,2	7,3	14.315,4	310,4	20,6
CARNE FRESCA	1.511,4	32,8	5,3	9.326,9	202,2	13,4
CARNE CONGELADA	49,0	1,1	0,2	222,5	4,8	0,3
CARNE TRANSFORMADA	526,4	11,4	1,8	4.766,0	103,3	6,9
PESCA	1.039,3	22,5	3,6	8.997,1	195,1	12,9
PESCADOS	555,3	12,0	1,9	4.415,1	95,7	6,4
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	280,5	6,1	1,0	2.497,9	54,2	3,6
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	203,5	4,4	0,7	2.084,1	45,2	3,0
LECHE LÍQUIDA	3.195,0	69,3	11,1	2.202,4	47,7	3,2
OTRAS LECHES	28,7	0,6	0,1	201,9	4,4	0,3
DERIVADOS LÁCTEOS	1.620,8	35,1	5,7	5.778,2	125,3	8,3
PAN	1.433,5	31,1	5,0	3.486,5	75,6	5,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	619,3	13,4	2,2	2.835,5	61,5	4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	162,2	3,5	0,6	1.189,5	25,8	1,7
ARROZ	177,1	3,8	0,6	299,1	6,5	0,4
PASTAS	191,3	4,1	0,7	369,2	8,0	0,5
AZÚCAR	143,1	3,1	0,5	133,7	2,9	0,2
LEGUMBRES	154,0	3,3	0,5	296,2	6,4	0,4
ACEITE	537,0	11,6	1,9	1.354,8	29,4	1,9
ACEITE DE OLIVA	355,9	7,7	1,2	1.143,7	24,8	1,6
ACEITE DE GIRASOL	166,35	3,61	0,6	175,89	3,81	0,3
MARGARINA	27,2	0,6	0,1	87,9	1,9	0,1
ACEITUNAS	112,1	2,4	0,4	332,2	7,2	0,5
VINOS Y DERIVADOS	376,6	8,2	1,3	1.149,9	24,9	1,7
ESPUMOSOS	24,1	0,5	0,1	128,9	2,8	0,2
CERVEZAS	835,1	18,1	2,9	1.105,8	24,0	1,6
SIDRA	16,0	0,3	0,1	40,0	0,9	0,1
WHISKY	6,5	0,1	0,0	88,6	1,9	0,1
GINEBRA	4,7	0,1	0,0	67,0	1,5	0,1
RON	3,2	0,1	0,0	39,7	0,9	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	372,6	8,1	1,3	395,5	8,6	0,6
PATATAS	1.273,7	27,6	4,4	1.213,5	26,3	1,7
HORTALIZAS FRESCAS	2.626,3	56,9	9,2	4.933,6	107,0	7,1
FRUTAS FRESCAS	4.192,9	90,9	14,6	6.472,4	140,3	9,3
FRUTOS SECOS	147,3	3,2	0,5	1.113,0	24,1	1,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	590,6	12,8	2,1	1.290,8	28,0	1,9
PLATOS PREPARADOS	699,8	15,2	2,4	3.009,3	65,2	4,3
CAFÉS E INFUSIONES	80,2	1,7	0,3	1.250,6	27,1	1,8
SALSAS	122,2	2,6	0,4	463,7	10,1	0,7
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	2.814,4	61,0	9,8	588,8	12,8	0,8
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.791,8	38,8	6,2	1.513,4	32,8	2,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	28.669,4	621,6	100,0	69.503,1	1.506,9	100,0

Fuente: MAPA (2020).

GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES

Durante el año 2019, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en casi 1.507 euros (1.506,9 euros, concretamente). En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 125,6 euros.

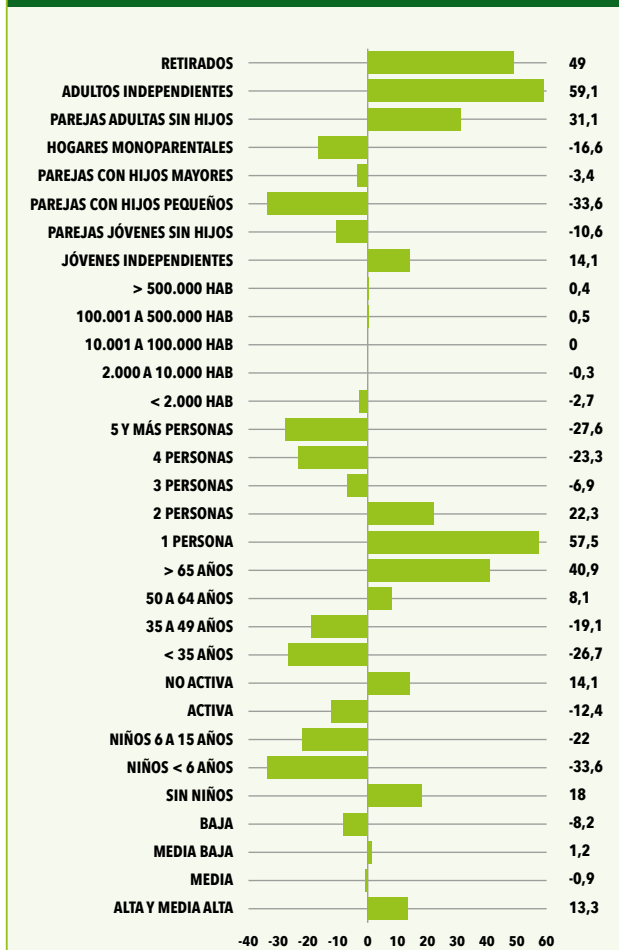
La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 310,4 euros en los 45,2 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 195,1 euros y supone un consumo de 22,5 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante 2019, en términos medios, cada individuo consumió 90,9 kilos de frutas frescas, 84,5 kilos de hortalizas y patatas frescas y 12,8 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 140,3 euros, 133,3 euros y 28,0 euros, respectivamente.

El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 69,3 litros de leche y un gasto de 47,7 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 125,3 euros y un consumo de 35,1 kilos.

En términos medios, durante 2018 cada español consumió 31,1 kilos de pan, 13,4 kilos de bollería y pastelería y 15,2 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 75,6 euros, 61,5 euros y 65,2 euros, respectivamente.

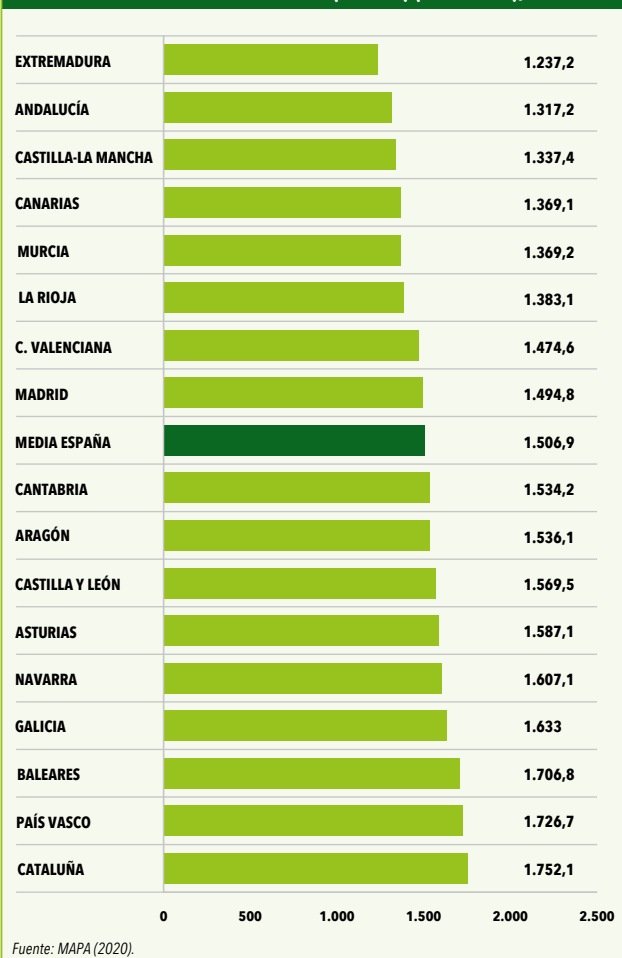
CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL, 2019)



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2020).



GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2019



El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. En 2019 cada español consumió 7,7 litros de aceite de oliva y gastó 24,8 euros en este producto; el consumo per cápita de vino y derivados ascendió a 8,2 litros y supuso un gasto de 24,9 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 19,5 euros y se corresponde con los 133 huevos consumidos de media por persona.

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

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2019. Así pues, la media de 1.506,9 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en Cataluña (1.752,1), País Vasco (1.726,7), Baleares (1.706,8), Galicia (1.633,0) y Navarra (1.607,1) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.237,2), Andalucía (1.317,2), Castilla-La Mancha (1.337,4) y Canarias (1.369,1).

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 (54,3 kilos) y el menor en Canarias (38,1 kilos).
- Para el pescado, en Galicia se consumen 28,6 kilos mientras que en Canarias se llega a 15,7 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Cantabria (11,5 litros) y Extremadura y Murcia (5,4 litros).
- Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (71,4 kilos) mientras que Asturias tiene los registros más reducidos (44,2 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a País Vasco (106,5 kilos) mientras que el menor está en Andalucía (77,8 kilos).
- Extremadura es la comunidad que menos vino y derivados consume (5,0 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (15,6 litros). ■





Una marca de confianza que nace con el propósito de impulsar el mercado tradicional y adaptarlo a nuestro día a día

www.casasomorrostro.com – www.ñamñambox.com



CASA SOMORROSTRO S.L.U.
PTO 61, 62 Y 63 MERCAMADRID - 28053 MADRID
TELEFONOS 91 507 40 21 / FAX 91 507 69 04
e-mail comercial: jjrsomo@gmail.com
e-mail administración: marisol@casasomorrostro.com
web: www.casasomorrostro.com
twitter: [@casasomorrostro](https://twitter.com/casasomorrostro)
facebook: [@somorrostros](https://facebook.com/somorrostros)

En 2018 se incorpora al Grupo la empresa **PASSION 4 FISH S.L.** que bajo su marca **ÑAM ÑAM BOX** elabora y produce platos preparados V GAMA con pescado fresco. Se desarrollan líneas de producto naturales sin conservantes adecuados a supermercados, hostelería y pescaderías. Siempre mirando al futuro....

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2019

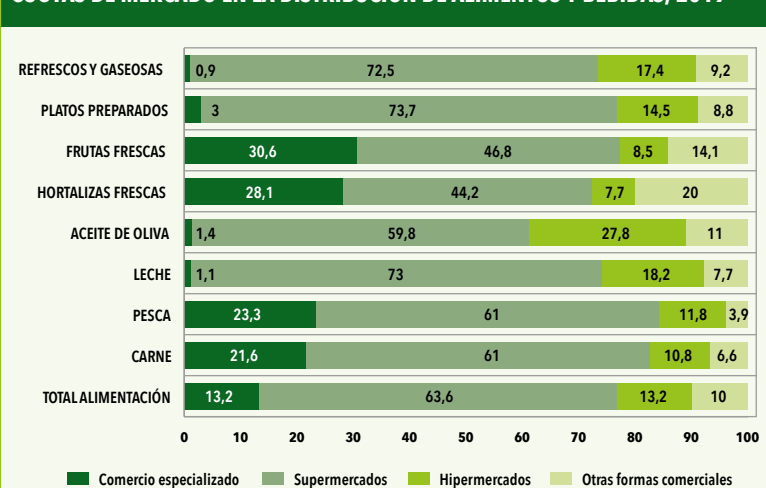
	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO (litros)
CATALUÑA	47,7	23,7	8,7	68,6	98,1	11,4
ARAGÓN	49,3	24,6	6,7	71,4	93,4	6,0
BALEARES	46,9	21,0	9,9	65,7	95,4	15,6
C. VALENCIANA	46,0	21,4	5,5	60,9	86,4	7,0
REGIÓN DE MURCIA	40,0	19,2	5,4	54,0	79,9	5,7
ANDALUCÍA	41,0	20,4	7,4	50,6	77,8	7,0
COMUNIDAD DE MADRID	44,8	22,7	7,6	54,1	92,9	7,6
CASTILLA-LA MANCHA	48,8	21,4	5,6	45,7	81,9	5,3
EXTREMADURA	39,7	19,0	5,4	60,2	83,6	5,0
CASTILLA Y LEÓN	54,3	27,6	8,9	56,2	104,7	6,9
GALICIA	49,1	28,6	10,2	54,6	104,7	10,7
ASTURIAS	44,2	27,5	8,6	44,2	102,6	10,6
CANTABRIA	45,0	23,1	11,5	49,7	85,8	9,8
PAÍS VASCO	46,7	26,2	9,6	58,3	106,5	8,9
LA RIOJA	44,4	21,9	8,6	49,7	84,5	6,2
NAVARRA	45,9	21,1	8,4	69,4	100,0	6,0
CANARIAS	38,1	15,7	7,7	50,2	87,2	7,4
MEDIA ESPAÑA	45,2	22,5	7,7	56,9	90,9	8,2

Fuente: MAPA (2020).

COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (48,2% de cuota de mercado en 2019 considerando, además, un 15,4% adicional de los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (13,2% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 13,2% y se estima que el comercio electrónico representa un 1,6% en el total de la alimentación.

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2020).

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 21,6% en la comercialización de carne, del 23,3% en pescado o del 30,6% 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 73,0% de las ventas de leche o el 59,8% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 29,9% de la alimentación fresca y el 2,5% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 37,2% de la alimentación fresca y el 55,5% de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 11,1% y 18,2%, respectivamente). ■



USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

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

A cierre de año 2019, la población crece un 0,9% mientras que las ocasiones de consumo realizadas en el hogar se reducen ligeramente con respecto a los datos del año anterior (de promedio, se contabilizan 20 ocasiones semanales de las 42 ocasiones potenciales).

Atendiendo a los siete momentos de consumo (desayuno, media mañana, comida, merienda, cena, antes de ir a la cama, cogido de casa para comer fuera) se advierte que se mantienen en constante cambio. En términos generales, gran parte del consumo se sigue concentrando en las comidas principales y el desayuno (77,8% de las ocasiones totales).

El desayuno continúa siendo uno de los momentos más rutinarios dentro del hogar al realizarse 6 de cada 7 días de la semana. El 93,6% de los habitantes en España realizan al menos un desayuno dentro del hogar cada semana. Sin embargo, este momento no deja de transformarse y continúa incrementándose el desarrollo del desayuno salado (1,7%) por encima del desayuno dulce (-0,1), alcanzando un 23% de las ocasiones de desayuno. Son los mayores los que tienen incorporado este hábito por encima de los jóvenes.

Los momentos entre horas se refieren a la media mañana, merienda y después de cenar. Cada uno de ellos posee dinámicas de consumo diferentes, ya que dependiendo de los cambios que se desarrollen en las comidas principales, se verán más o menos favorecidos.

La media mañana es uno de los momentos que viene presentando crecimiento sostenido desde hace más de 7 años. El último año crece 0,4%, debido a que el desayuno se está realizando cada vez más temprano, mientras que la comida se mantiene sin variaciones. Adicional al crecimiento en ocasiones, el consumidor está destinando un 11,7% más de sus recursos de alimentación a este momento.

La merienda de media tarde (9,9% ocasiones de consumo), presenta un comportamiento inverso, al caer un -2,5%. Debido a que la cena se está realizando cada vez más temprano, una parte de los consumidores optan por no realizar esta comida. Sin embargo, el consumidor está destinando un 4,4% más en este gasto.

El momento después de la cena concentra 3,1% de las ocasiones de consumo. Viene perdiendo relevancia tanto en consumo (-0,3% ocasiones) como en valor (-0,5%).

La comida y la cena son dos de los momentos más importantes del consumo en casa. La comida concentra el 24,3% de las ocasiones; mientras que la cena agrupa el 25,8% de las ocasiones totales. A nivel de gasto, el consumidor destina menos recursos monetarios a la cena.

A pesar de la simplificación de los menús, esto no implica que se cocine menos. De hecho, los platos de recetas crecen 2,5%, así como los platos para compartir (7,7% ocasiones). La variedad de platos tiende a diversificarse, evidenciando un crecimiento por encima del promedio para huevos, verdura, ensaladas, legumbres y platos a base harinas (masas, empanadas).

Otro tema relevante en el consumo de comida principales, es la pérdida de ocasiones de consumo en las bebidas: en la comida desciende el consumo en -1,1% de ocasiones y en la cena -2,0%. Dentro de este entorno, las bebidas frías (-1,8% ocasiones) están descendiendo en mayor proporción que las bebidas calientes (-1,5%). Aumenta un 0,9% la población que declara consumir agua del grifo (23,3 millones de personas), siendo el grupo que más aporta a la caída de los diferentes grupos de bebidas.

Las principales familias de alimentos están presentes diariamente en la dieta de los habitantes de España. Se observa una alta relevancia de lácteos, presente en 44,4% de las ocasiones de consumo semanal, con una frecuencia de casi 10 veces por semana, aunque con tendencia a la baja (-1,3% ocasiones). De igual forma, otras proteínas animales, como las carnes, se consumen prácticamente a diario, por el 92,1% de la población. Por su parte, las grasas, están presentes en 27,4% de las ocasiones de consumo a la semana, creciendo junto a las frutas, +2,6% de ocasiones.

Fuente: *Elaboración propia con datos de MAPA (2020).*

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR



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

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

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

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

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE ALIÑO FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de aceite de aliño fue de 2,2 millones de litros, que suponen 0,07 litros de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en aceite de aliño ascienden a 222,1 millones -de forma concreta, 13 por persona-. Durante el último año, un 50,2% de consumi-

dores entre 15 y 75 años han tomado aceite de aliño en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a aceite de aliño diferente al aceite de oliva. En términos de consumiciones, el aceite de oliva concentra el 27,2% y el resto de aceites el 72,8%. ■

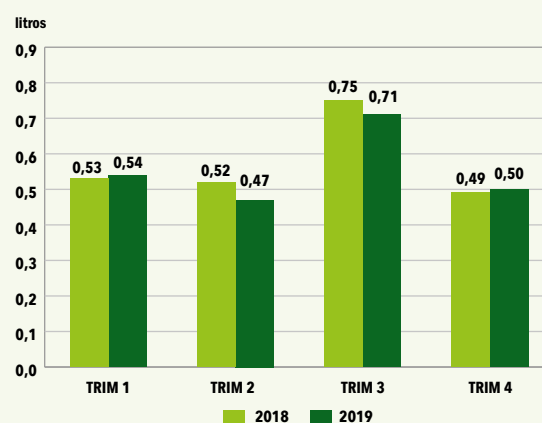
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ACEITE ALIÑO	2,22	0,07	222,08	13,03	50,25
ACEITE OLIVA	0,61	0,02	60,50	5,25	34,00
RESTO ACEITE	1,62	0,05	161,76	14,10	33,83

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de aceite de aliño se ha reducido un -3% (de 2,29 millones de litros en 2018 a 2,22 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de aceite de aliño, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que los trimestres segundo y cuarto cuentan con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



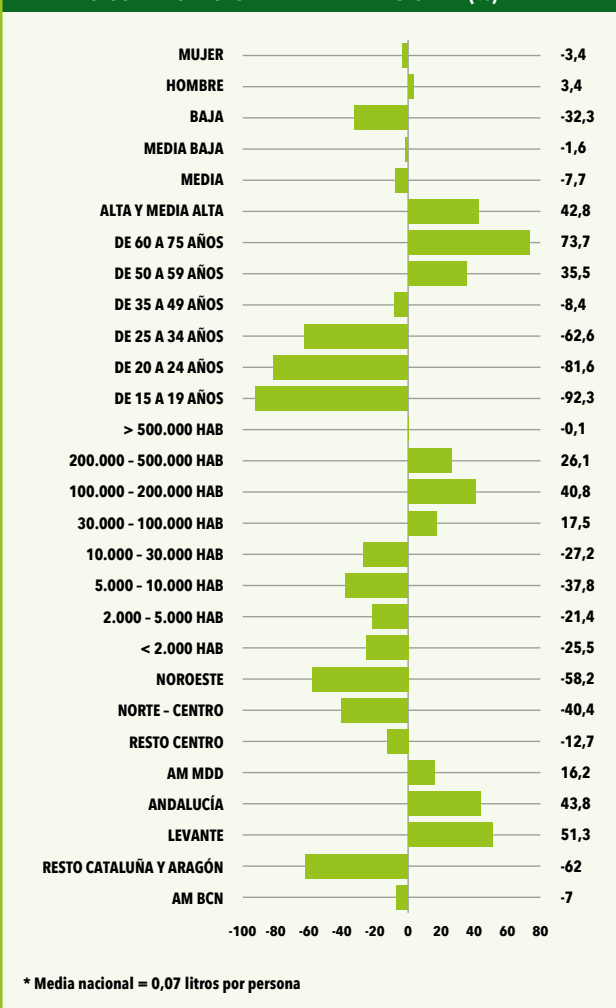


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de aceite de aliño durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque, en este sentido, se advierte un consumo ligeramente superior en esta familia de productos en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de aceite de aliño fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de aceite de aliño aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de aceite de aliño no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (entre 100.000 y 200.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, Andalucía y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste y Resto Cataluña y Aragón. ■

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



CONSUMO Y GASTO EN AGUA ENVASADA FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de agua envasada fue de 939,5 millones de litros, que suponen 27,7 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 875,6 millones de euros que suponen 25,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de agua envasada llegan a 956,2 millones -de forma concreta, 34,6 por persona-. Durante el último año, un 81,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado agua envasada en alguna consumición fuera del hogar. ■

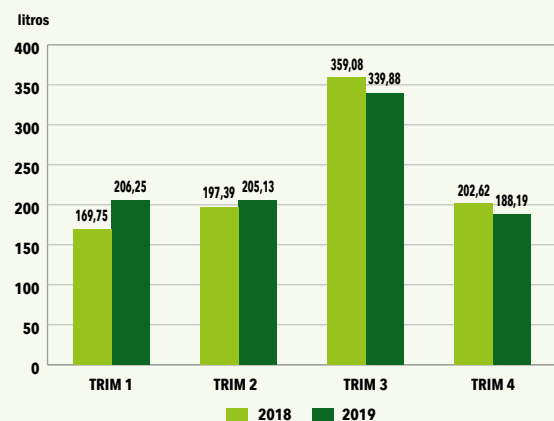
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
AGUA ENVASADA	939,45	27,68	875,64	25,79	956,21	34,57	81,46

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de agua envasada ha crecido un 1,1% (de 928,8 millones de litros en 2018 a 939,6 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de agua envasada, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre cuarto cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



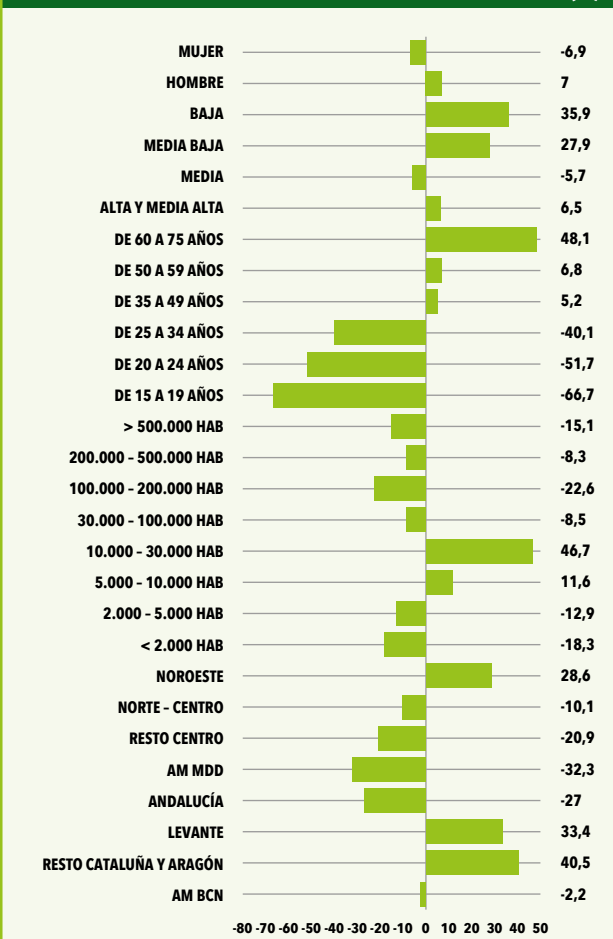


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de agua envasada durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son significativas y se advierte un consumo superior de agua envasada en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media baja tienen un consumo superior de agua envasada fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de agua envasada aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de agua envasada no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 10.000 a 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 100.000 a 200.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en la zona Noroeste, Levante y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Andalucía y área metropolitana de Madrid. ■

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



* Media nacional = 27,7 litros por persona

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de arroz fue de 13,4 millones de kilos, que suponen 0,40 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en arroz ascienden a 168,1 mi-

llones -de forma concreta, 9,5 por persona-. Durante el último año, un 52,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado arroz en alguna consumición fuera del hogar. ■

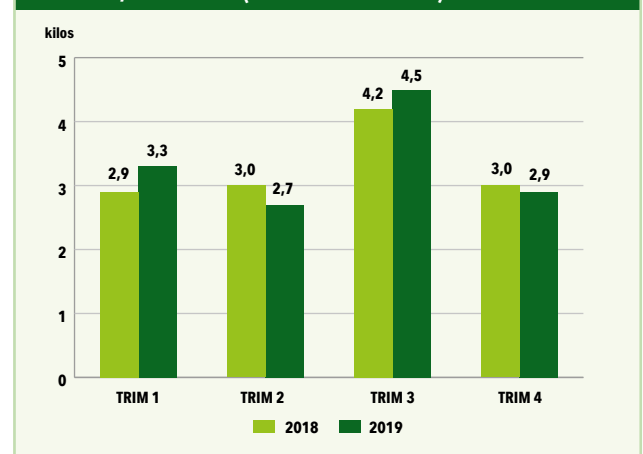
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
ARROZ	13,44	0,40	168,08	9,45	52,44

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de arroz ha crecido un 3% (de 13,1 millones de kilos en 2018 a 13,4 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de arroz, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



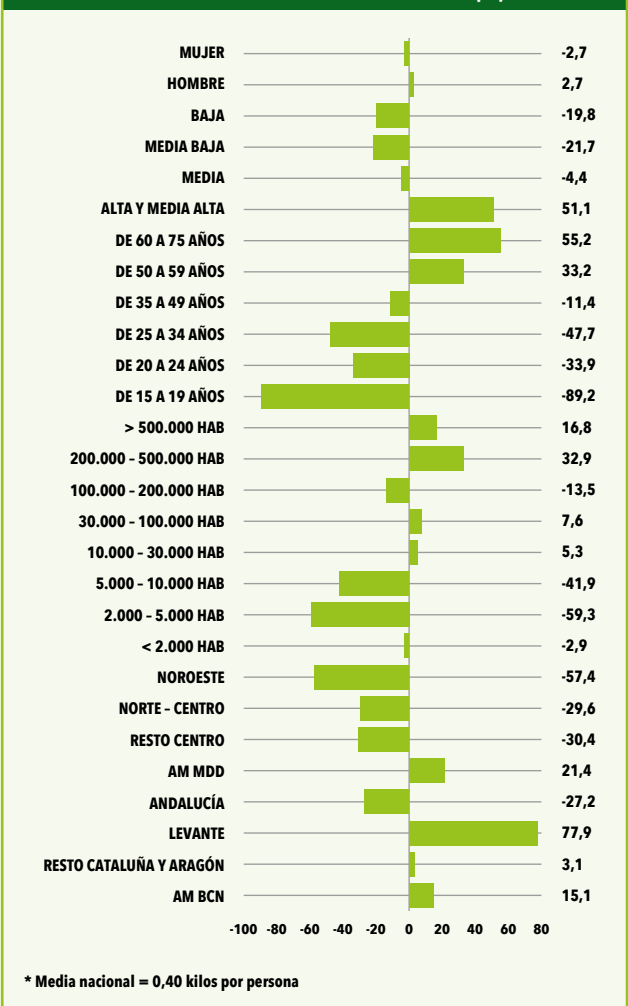


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de arroz durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



CONSUMO Y GASTO EN BATIDOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de batidos fue de 10,2 millones de litros, que suponen 0,30 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en batidos ascienden a 40,7

millones -de forma concreta, 4,4 por persona-. Durante el último año, un 27,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado batidos en alguna consumición fuera del hogar. ■

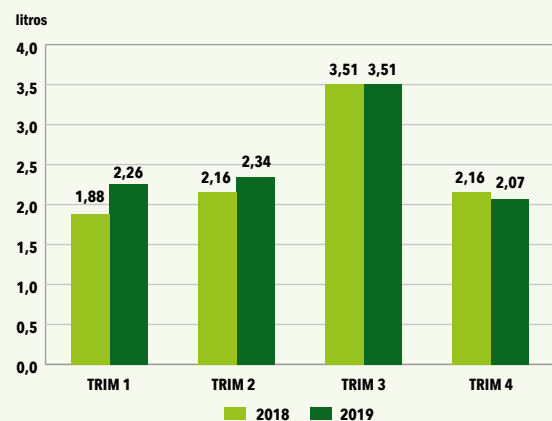
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BATIDOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BATIDOS	10,18	0,30	40,72	4,44	26,99

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de batidos ha ascendido un 4,9% (de 9,7 millones de kilos en 2018 a 10,2 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de batidos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre cuarto cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BATIDOS, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



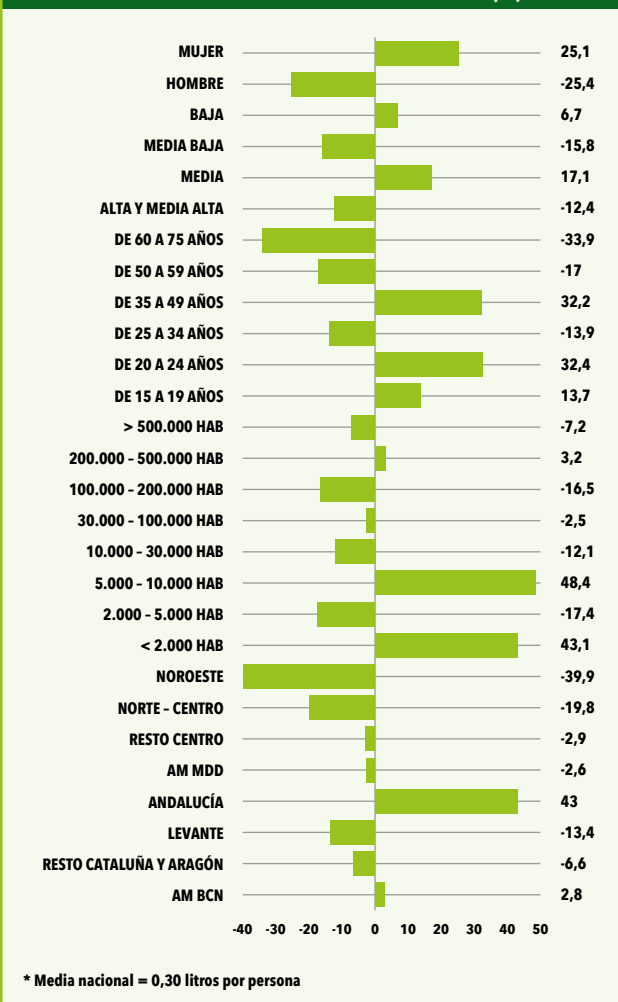


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de batidos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo notablemente superior de este producto en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de batidos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de batidos no sigue un patrón concreto. El consumo máximo se localiza en individuos de 20 a 24 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 60 a 75 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de batidos tampoco ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Barcelona y Andalucía, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro y Levante. ■

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



CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas fue de 56,7 millones de litros, que suponen 1,6 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.366,1 millones de euros que suponen 39,5 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de bebidas espirituosas llegan a 373,0 millones -de forma concreta, 20,6 por persona-.

Durante el último año, un 52,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bebidas espirituosas en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de ginebra que supone un 17,2% del consumo total, un 34,4% del valor total y un 26,3% sobre el total de consumiciones realizadas en esta familia de bebidas. ■

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2019

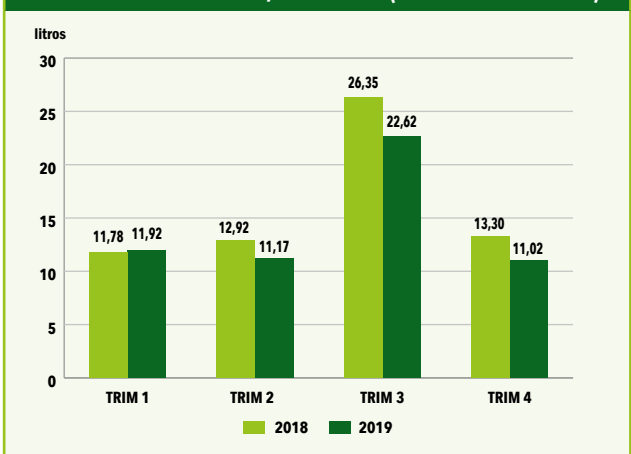
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	56,73	1,61	1.366,10	39,51	372,96	20,61	52,30
WHISKY	4,60	0,14	196,57	5,80	53,44	15,03	10,48
BRANDY	0,47	0,01	11,49	0,34	4,75	5,34	2,59
GINEBRA	9,78	0,29	470,02	13,84	98,13	12,32	23,46
RON	5,75	0,16	216,54	5,96	50,25	10,32	13,03
ANIS	0,48	0,01	8,49	0,25	3,77	4,38	2,56
OTRAS ESPIRITUOSAS	35,65	1,00	462,99	13,33	162,63	11,75	40,18

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas se ha reducido un -11,8% (de 64,3 millones de litros en 2018 a 56,7 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de bebidas espirituosas, el trimestre cuarto tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido. ■



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



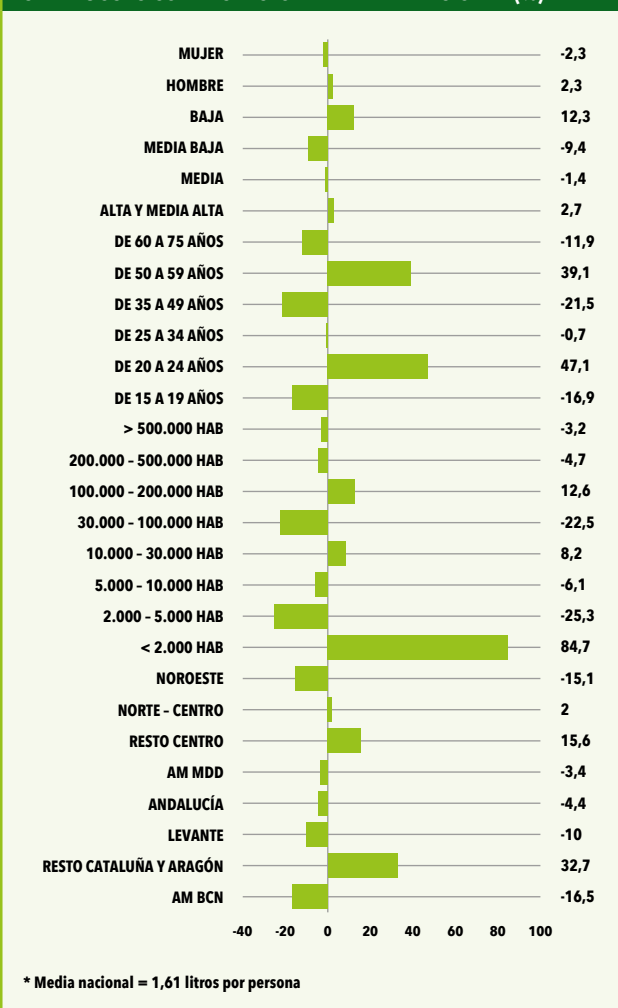


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables y se advierte un consumo ligeramente superior de bebidas espirituosas en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase baja tienen un consumo superior de bebidas espirituosas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bebidas espirituosas varía sin ningún patrón directamente relacionado con la edad. El nivel máximo de consumo se centra en individuos de 20 a 24 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 35 a 49 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bebidas espirituosas no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica alternándose las desviaciones conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios pequeños (menores de 2.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en bebidas espirituosas en Resto de Cataluña y Aragón, Resto Centro y Norte Centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el Área Metropolitana de Barcelona y Levante. ■

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



CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de bollería fue de 74,2 millones de kilos, que suponen 2,25 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en bollería ascienden a 824,4

millones -de forma concreta, 36,3 por persona-. Durante el último año, un 68,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bollería en alguna consumición fuera del hogar. ■

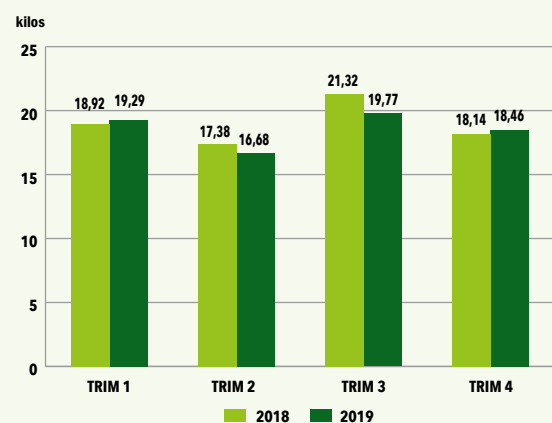
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BOLLERÍA	74,20	2,25	824,42	36,32	68,76

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de bollería ha descendido un -2,1% (de 75,7 millones de kilos en 2018 a 74,2 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de bollería, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



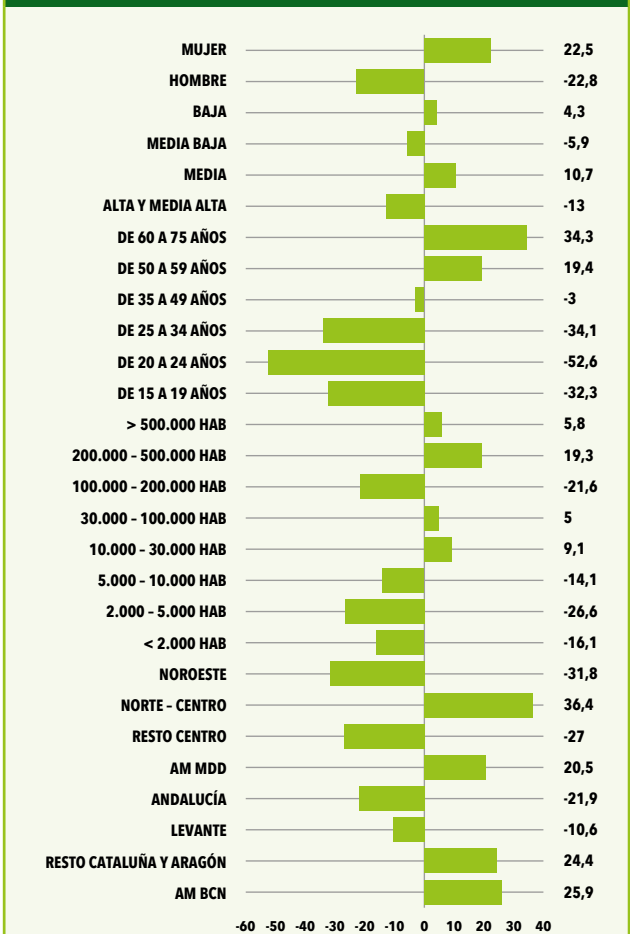


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bollería durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de estos productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de bollería fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase alta y media alta.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bollería aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bollería no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto de Cataluña y Aragón y Norte-centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Andalucía, Levante y las zonas Noroeste y Resto Centro. ■

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



* Media nacional = 2,25 kilos por persona

Si eres un profesional de la alimentación tu sitio es **mercamadrid**

+2.700.000 de Tm.
productos comercializados

Área de influencia:

500 km.

12 mill. consumidores

Diariamente acceden:

20.000 personas

15.000 vehículos

Superficie:

2.215.060 m²



CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de café fue de 89,4 millones de litros, que suponen 2,63 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.628,5 millones de euros que suponen 47,9 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de café llegan a 1.533,3 millones - de forma concreta, 62 por persona-. Durante el último año, un 72,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado café en alguna consumición fuera del hogar. ■

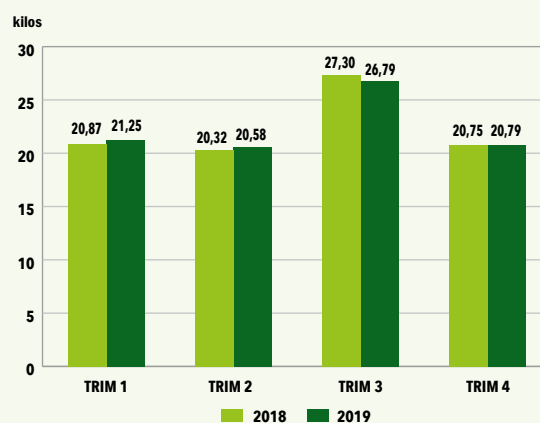
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CAFÉ	89,40	2,63	1.628,46	47,94	1.533,29	61,99	72,81

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de café ha crecido un 0,2% (de 89,2 millones de litros en 2018 a 89,4 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de café, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



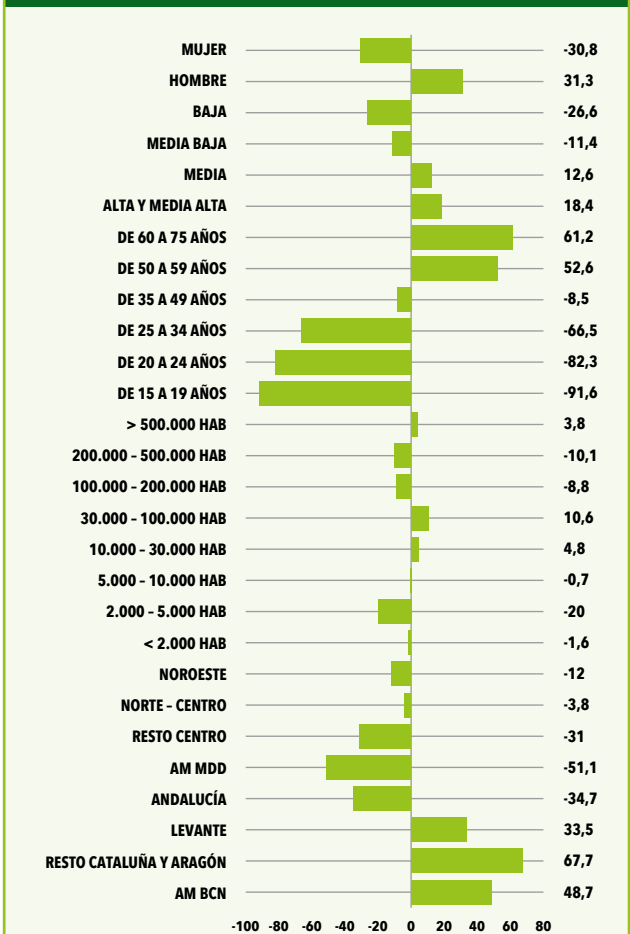


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de café durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de café en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de café fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de café aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de café no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 30.000 a 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Levante, Resto de Cataluña y Aragón y área metropolitana de Barcelona, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Noroeste, Andalucía y área metropolitana de Madrid. ■

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



* Media nacional = 2,63 litros por persona

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de carne y productos cárnicos fue de 195,9 millones de kilos, que suponen 5,78 kilos per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en carne y derivados ascienden a 1.298,7 millones -de forma concreta, 42,8 por persona-. Durante el último año, un 89,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado carne o productos cárnicos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico más notable se asocia a la carne fresca (5,0 kilos por persona de consumo medio)

y, de manera concreta, al pollo (1,73 kilos per cápita) y a la ternera (1,61 kilos por persona). En términos de consumiciones, la carne fresca concentra el 73,8% y resulta significativa la participación de la carne de pollo (25,2%), ternera (24,8%) y porcino (17,1%).

La carne transformada (0,77 kilos y 16,2 consumiciones por persona) también resultó importante en el consumo extradoméstico durante el año 2019. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de jamón curado (un 30,1% sobre el total de la carne transformada). ■

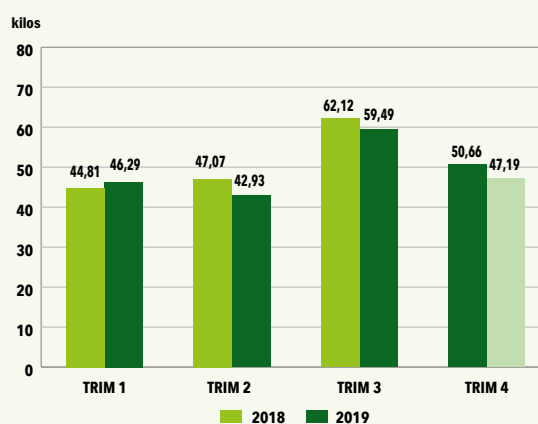
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CARNE	195,90	5,78	1.298,74	42,80	89,45
CARNE FRESCA	169,72	5,00	959,20	32,68	86,53
TERNERA	54,67	1,61	322,20	13,01	73,05
POLLO	58,80	1,73	327,06	13,84	69,65
PORCINO	29,71	0,88	222,50	10,73	61,12
OVINO	8,39	0,25	27,77	3,86	21,19
RESTO CARNE FRESCA	18,14	0,53	113,68	6,40	52,39
CARNE TRANSFORMADA	26,17	0,77	440,72	16,19	80,20
JAMÓN CURADO	7,29	0,21	132,67	7,31	53,53
JAMON CURADO NORMAL	5,29	0,16	97,16	5,99	47,80
JAMON CURADO IBERICO	2,00	0,06	35,39	4,33	24,11
LOMO EMBUCHADO	0,29	0,01	4,46	2,49	5,28
CHORIZO	0,94	0,03	18,52	2,81	19,46
PATES / FOI GRAS	0,21	0,01	7,50	3,39	6,52
RESTO CARNE TRANSFORMADA	17,46	0,51	283,78	11,68	71,61

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de carne se ha reducido un -4,3% (de 204,7 millones de kilos en 2018 a 195,9 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de carne y productos cárnicos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



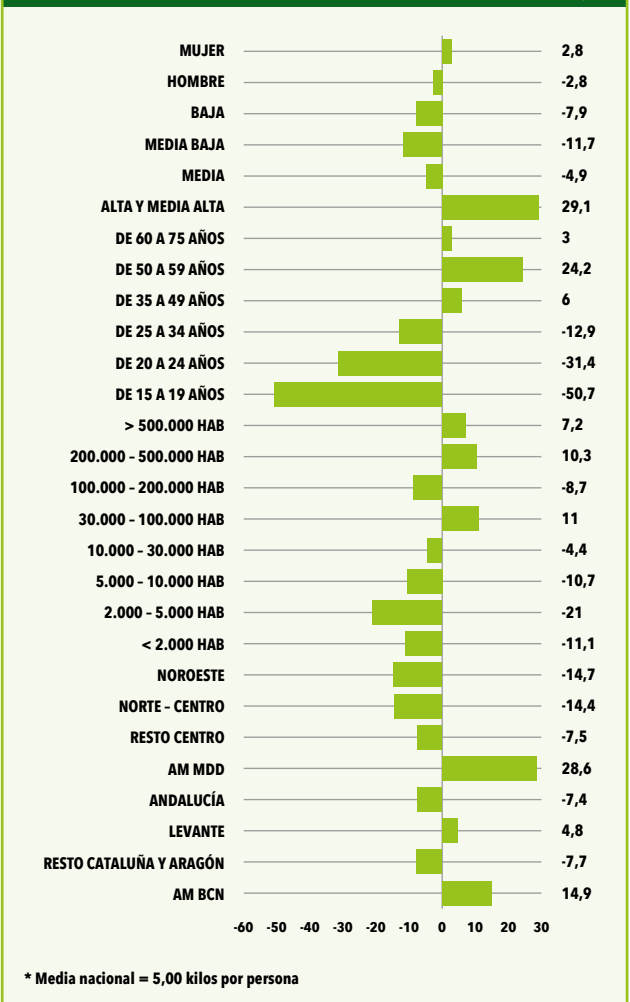


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de carne fresca durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables y se advierte un consumo ligeramente superior de carne fresca en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de carne fresca fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de carne fresca aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de carne fresca no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 3.000 a 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (de 2.000 a 5.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y en Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el resto de Cataluña y Aragón, las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto centro y Andalucía. ■

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



CONSUMO Y GASTO EN CERVEZA FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de cerveza fue de 1.031,7 millones de litros, que suponen 30,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 4.154,3 millones de euros que suponen 122,4 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de cerveza llegan a 2.645,9 millones -de forma concreta, 93,5 por persona-. Durante el último

año, un 83,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado cerveza en alguna consumición fuera del hogar. Destaca el consumo extradoméstico de cerveza con alcohol que supone un 89,5% del consumo total, un 88,2% del valor total y un 88,2% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto. ■

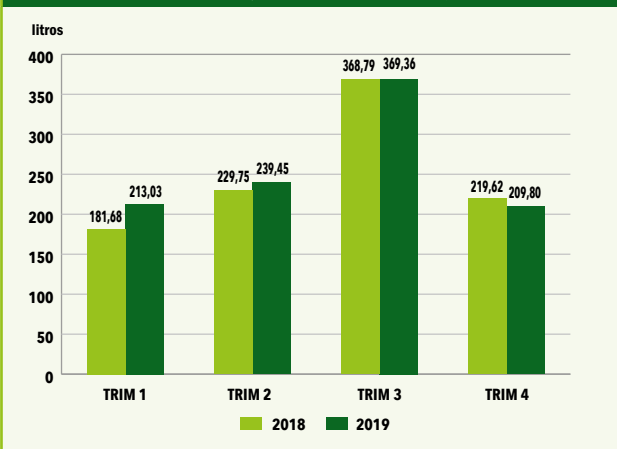
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CERVEZA	1.031,65	30,40	4.154,27	122,41	2.645,94	93,52	83,37
CON ALCOHOL	923,41	27,21	3.663,59	107,96	2.332,71	84,74	81,12
SIN ALCOHOL	106,36	3,13	483,80	14,25	308,93	20,62	44,14
OTRAS CERVEZAS	1,88	0,06	6,88	0,20	4,30	7,45	1,70

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de cerveza ha crecido un 3,2% (de 999,9 millones de litros en 2018 a 1.031,7 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de cerveza, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre cuarto cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



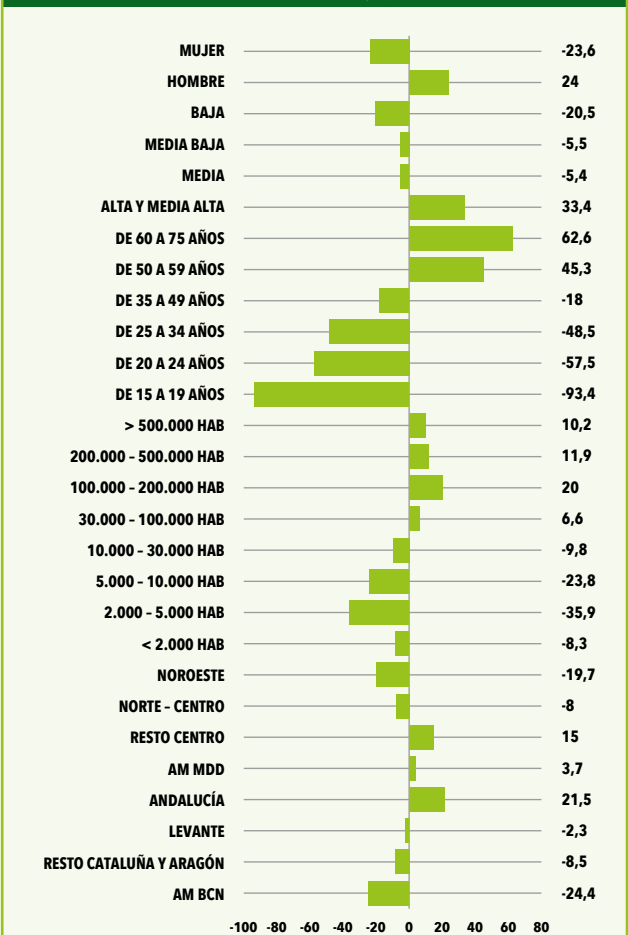


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de cerveza durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de cerveza en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de cerveza fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de cerveza aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de cerveza no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 100.000 a 200.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Andalucía, Resto Centro y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Resto de Cataluña y Aragón, área metropolitana de Barcelona, Noroeste y Norte-centro. ■

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



* Media nacional = 30,4 litros por persona

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de derivados lácteos fue de 61,8 millones de kilos, que suponen 1,82 kilos de consumo medio per cápita al año en esta familia de productos. Las consumiciones en derivados lácteos ascienden a 725 millones -de forma concreta, 25,5 por persona-. Durante el último año, un 83,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado derivados lácteos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico más notable se asocia a postres (0,71 kilos por persona) y quesos (0,99 kilos per cápita). En términos de consumiciones, los quesos concentran el 59,5% y los postres el 29,1%.

Los yogures (0,10 kilos y 10,0 consumiciones por persona) también fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2019. ■

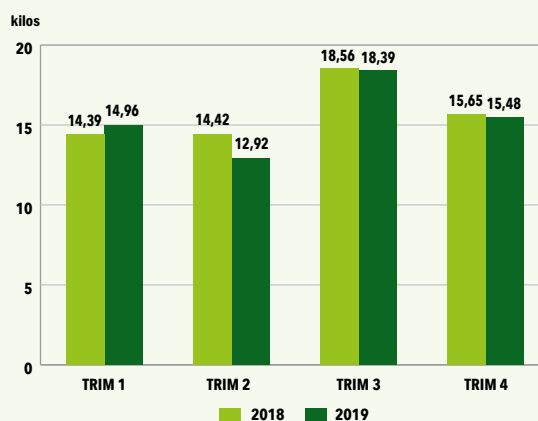
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	61,75	1,82	725,01	25,52	83,80
MANTEQUILLA	0,88	0,03	53,01	9,78	15,99
POSTRES	24,12	0,71	210,98	11,62	53,51
YOGURES	3,23	0,10	62,14	10,03	18,27
QUESO	33,52	0,99	431,41	16,31	78,05

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de derivados lácteos se ha reducido un -2,0% (de 63,01 millones de kilos en 2018 a 61,75 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de derivados lácteos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)

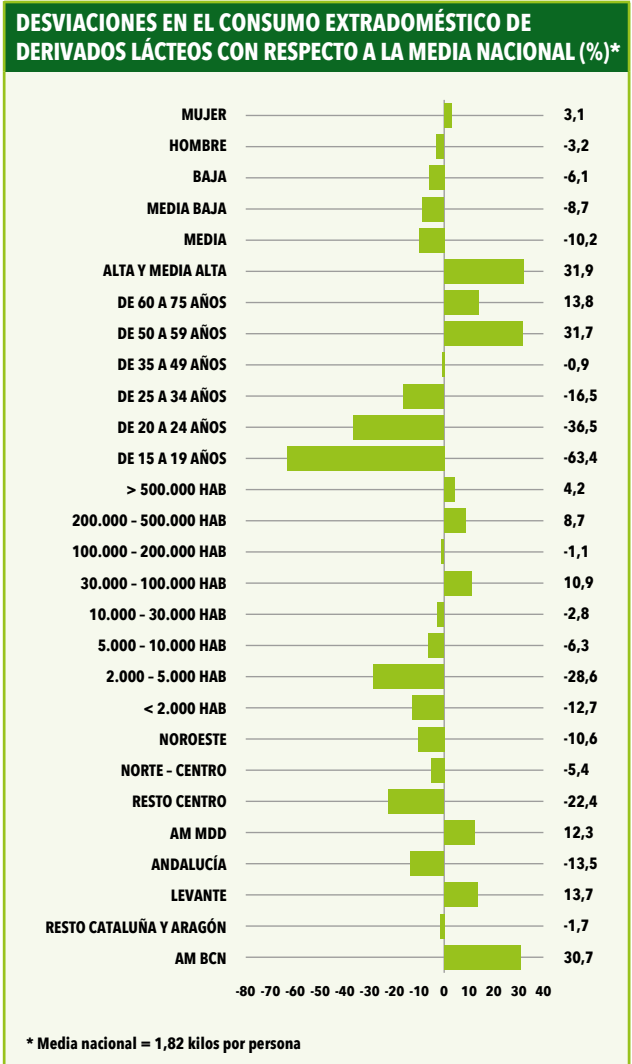




DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de derivados lácteos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables y se advierte un consumo ligeramente superior en esta familia de productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de derivados lácteos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de derivados lácteos aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de derivados lácteos no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 30.000 a 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (de 2.000 a 5.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía. ■



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de frutas fue de 18,1 millones de kilos, que suponen 0,53 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en frutas ascienden a 113,9 millones -de forma concreta, 8,9 por persona-. Durante el último año, un 37,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado frutas en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a la fruta fresca (0,51 kilos por persona) y, de manera

concreta, a manzanas (0,09 kilos per cápita) y a naranjas y mandarinas (0,07 kilos por persona). En términos de consumiciones, las frutas frescas concentran el 77,7% y resulta significativa la participación de manzanas (17,8%) y naranjas y mandarinas (13,1%).

La mermelada de frutas (6,1 consumiciones por persona) contaron con una menor relevancia en el consumo extradoméstico durante el año 2019. ■

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2019

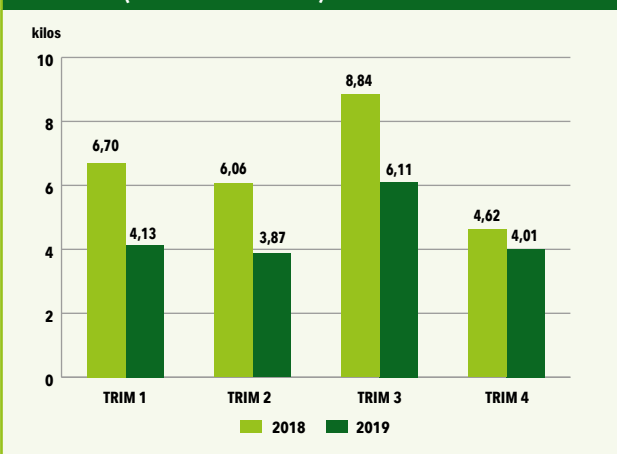
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL FRUTAS	18,12	0,53	113,89	8,90	37,71
FRUTA FRESCA	17,29	0,51	88,45	8,29	31,45
MANZANA	3,15	0,09	15,74	5,79	8,02
PLÁTANO	1,16	0,03	7,75	3,71	6,17
NARANJA/MANDARINA	2,31	0,07	11,56	5,51	6,18
MELÓN/SANDÍA	2,95	0,09	12,08	3,64	9,79
FRESA/FRESÓN	1,37	0,04	6,93	2,90	7,05
PIÑA	1,73	0,05	11,63	3,04	11,26
RESTO FRUTAS	4,61	0,14	23,05	5,55	12,24
MERMELADAS	0,83	0,02	25,44	6,11	12,28

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de frutas se ha reducido un -30,9% (de 26,2 millones de kilos en 2018 a 18,1 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de frutas, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre tercero cuenta con el consumo más reducido. ■



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



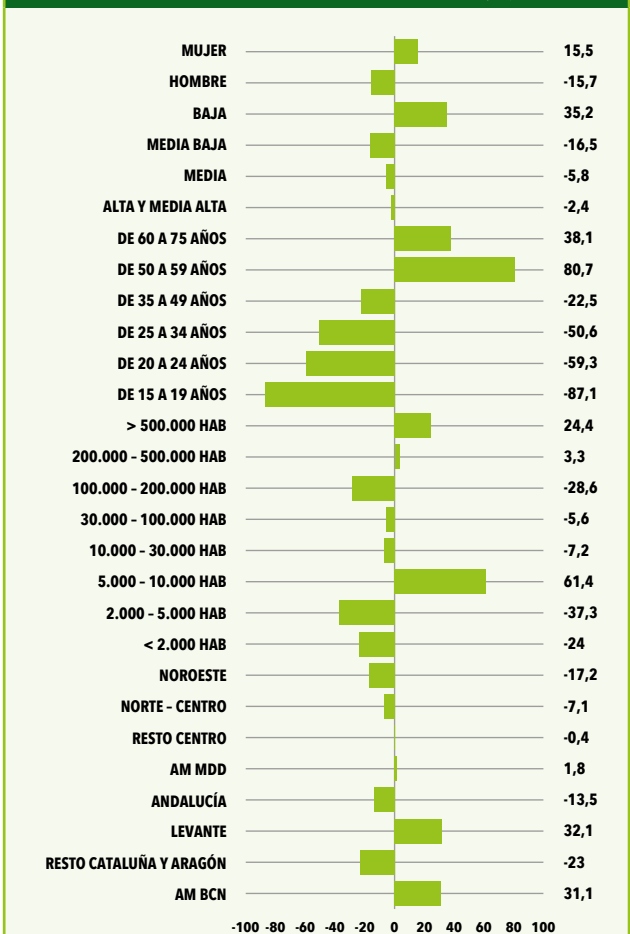


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de frutas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior en esta familia de productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de baja tienen un consumo superior de frutas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de frutas aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de frutas no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Resto Cataluña y Aragón y Andalucía. ■

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



* Media nacional = 0,53 kilos por persona

CONSUMO Y GASTO EN HELADOS Y GRANIZADOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de helados y granizados fue de 38,6 millones de litros, que suponen 1,14 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en helados y granizados

ascienden a 321,6 millones -de forma concreta, 14,6 por persona-. Durante el último año, un 65,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado helados y granizados en alguna consumición fuera del hogar. ■

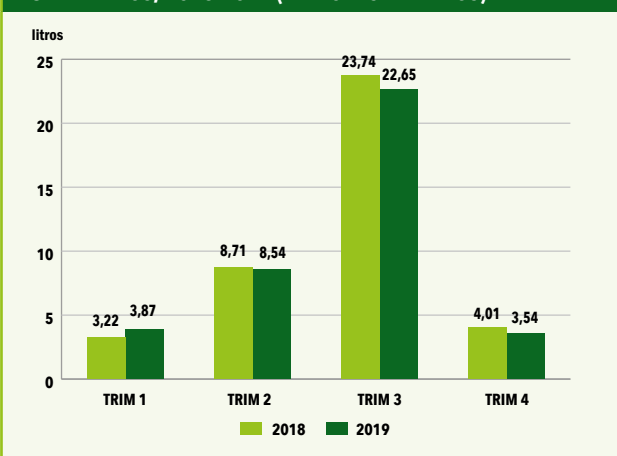
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HELADOS Y GRANIZADOS	38,59	1,14	321,62	14,59	65,22

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de helados y granizados ha descendido un -2,7% (de 39,7 millones de kilos en 2018 a 38,6 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de helados y granizados, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre cuarto cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



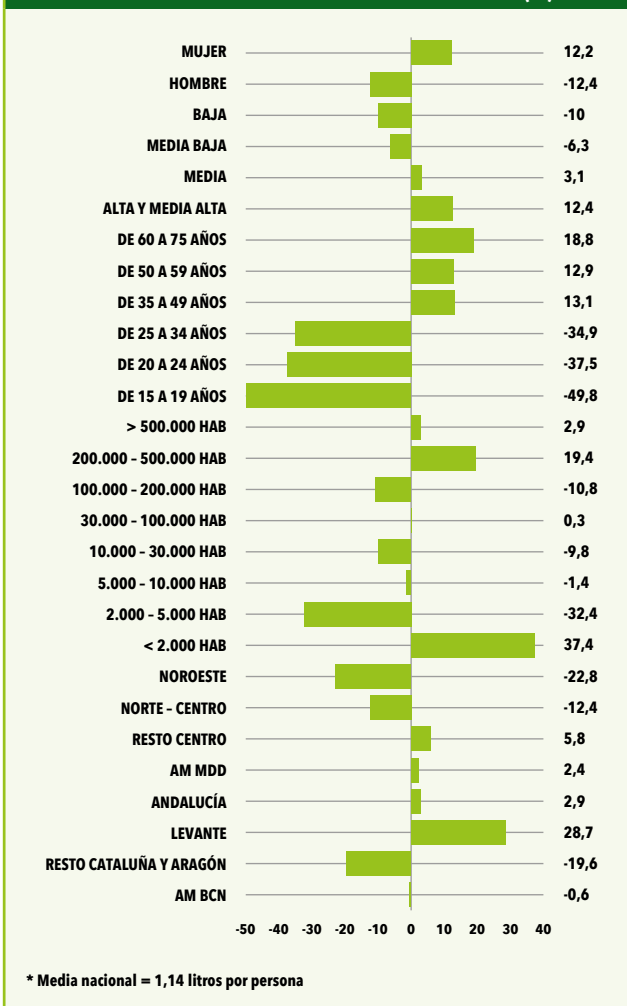


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de helados y granizados durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras fue de 357,6 millones de kilos, que suponen 10,6 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en hortalizas y verduras ascienden a 1.309,8 millones -de forma concreta, 43,4 por persona-. Durante el último año, un 89,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado hortalizas y verduras en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a lechugas (1,74 kilos por persona), patatas (4,17 kilos por cápita) y tomates (0,98 kilos por persona). En términos de consumiciones, las patatas concentran el 50,5% y también resulta significativa la participación de tomates (25,1%) y lechugas (23,5%). ■

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2019

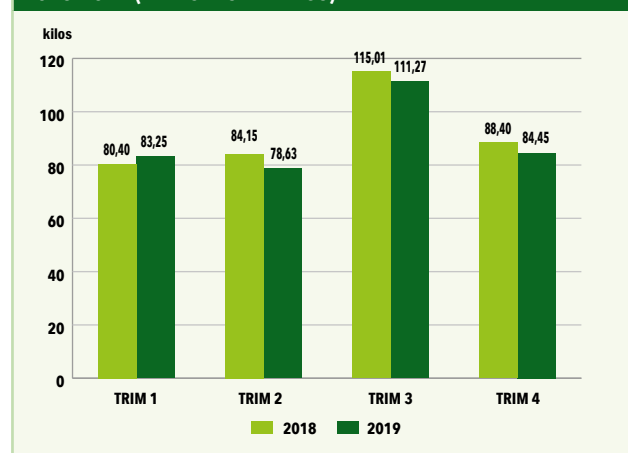
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HORTALIZAS Y VERDURAS	357,60	10,56	1.309,75	43,41	88,96
TOMATES	33,39	0,98	328,92	14,10	68,78
JUDÍAS VERDES	2,88	0,10	13,74	3,77	10,73
PATATAS	141,28	4,17	661,32	23,75	82,14
CEBOLLAS	26,50	0,78	258,97	11,55	66,11
PIMIENTOS	24,62	0,73	134,13	8,45	46,79
LECHUGAS	58,94	1,74	307,46	12,75	71,11
SETAS	16,26	0,48	80,47	5,38	44,13
ESPARRAGOS	3,09	0,09	14,13	2,71	15,35
OTRAS HORTALIZAS	50,66	1,49	238,90	10,92	64,52

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras se ha reducido un -2,8% (de 368,0 millones de kilos en 2018 a 357,6 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de hortalizas y verduras, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



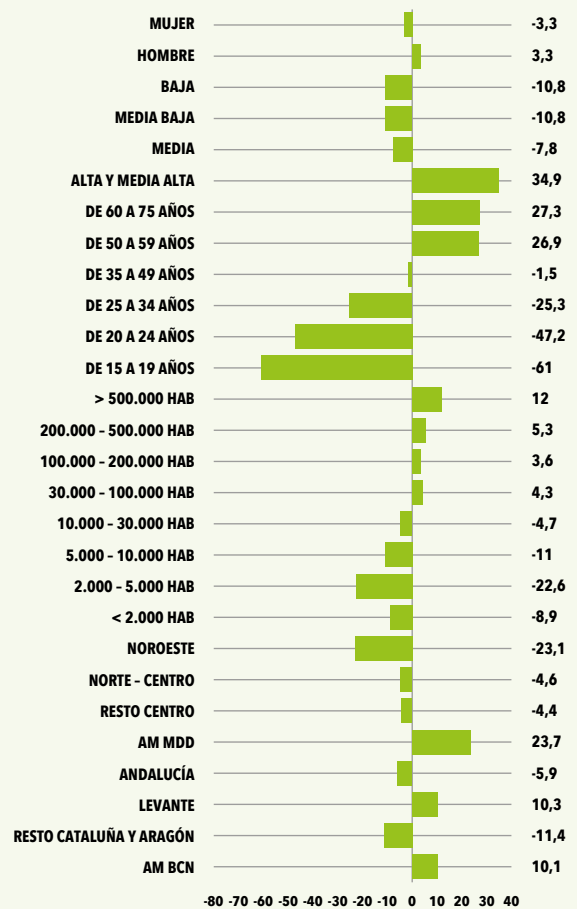


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de hortalizas y verduras durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior en esta familia de productos en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de hortalizas y verduras fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja y baja.
- Por edades, se observa que la demanda extracomunitaria per cápita de hortalizas y verduras aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de hortalizas y verduras no ofrece un patrón concluyente para la demanda extracomunitaria puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia a municipios de menor tamaño (de 2.000 a 5.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extracomunitario medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Resto de Cataluña y Aragón, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía. ■

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



* Media nacional = 10,56 kilos por persona

CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de infusiones fue de 21,3 millones de litros, que suponen 0,63 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 183,0 millones de euros que suponen 5,4 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de infusiones llegan a 170,0 millones -de forma concreta, 11,4 por persona-. Durante el último año, un 43,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado infusiones en alguna consumición fuera del hogar. ■

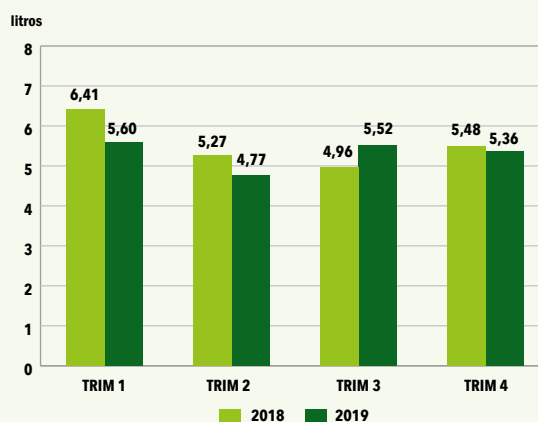
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS INFUSIONES, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
INFUSIONES	21,25	0,63	183,03	5,39	170,00	11,44	43,80

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de infusiones se ha reducido un -3,9 (de 22,1 millones de litros en 2018 a 21,2 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de infusiones, el trimestre primero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



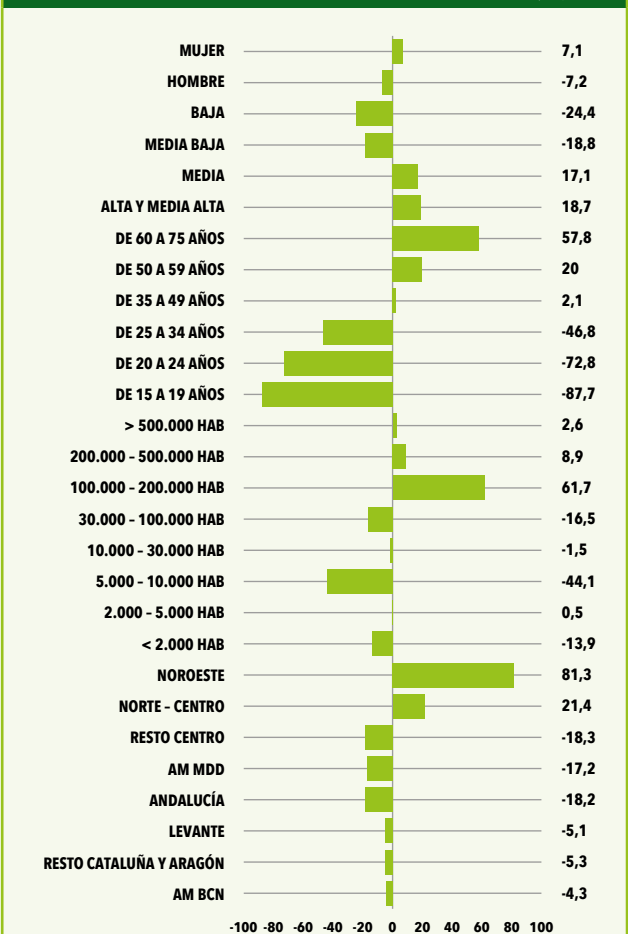


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de infusiones durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 0,63 litros por persona

CONSUMO Y GASTO EN LECHE FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de leche fue de 248,1 millones de litros, que suponen 7,23 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 2.125,6 millones de euros que suponen 61,9 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de leche llegan a 1.938 millones - de forma concreta, 73 por persona-. Durante el último

año, un 77,35% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado leche en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de leche con café que supone un 93,7% del consumo total, un 95,8% del valor total y un 96% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto. ■

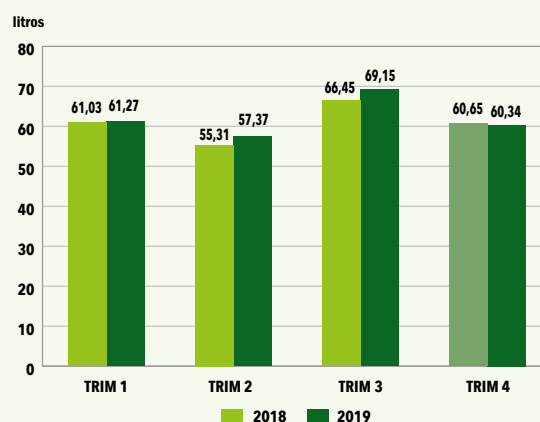
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LECHE	248,12	7,23	2.125,57	61,88	1.938,05	72,98	77,35
Leche Sola	3,98	0,12	18,65	0,55	19,90	7,73	7,59
Leche con Cacao	11,67	0,34	69,97	2,06	58,34	8,66	19,86
Leche con Café	232,48	6,77	2.036,95	59,27	1.859,81	72,94	74,23

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de leche ha crecido un 1,9% (de 243,4 millones de litros en 2018 a 248,1 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de leche, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



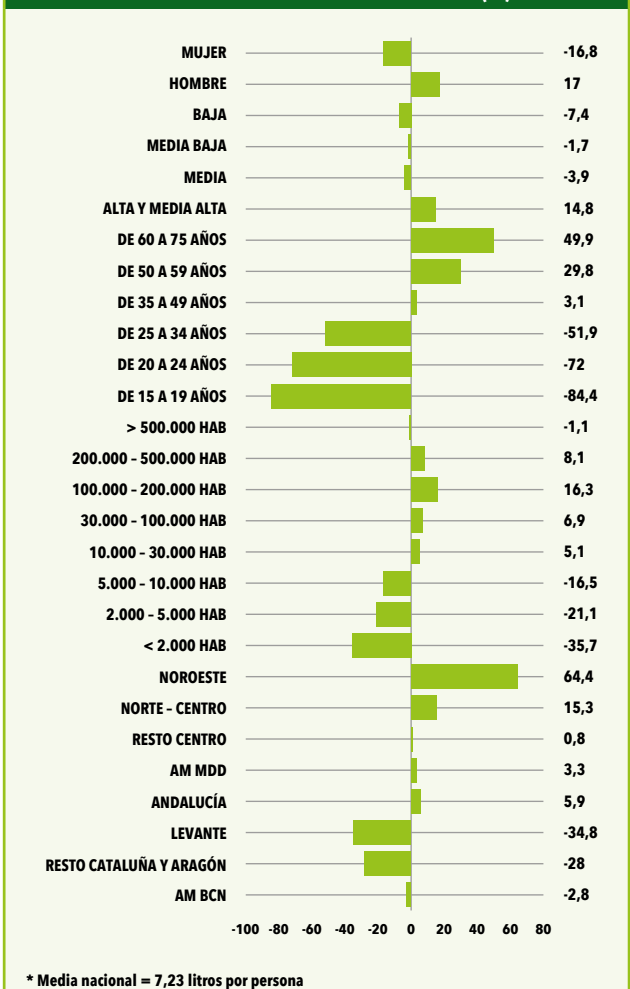


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de leche durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de legumbres fue de 3,1 millones de kilos, que suponen 0,09 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en legumbres ascienden a 32,3

millones -de forma concreta, 4,35 por persona-. Durante el último año, un 21,87% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado legumbres en alguna consumición fuera del hogar. ■

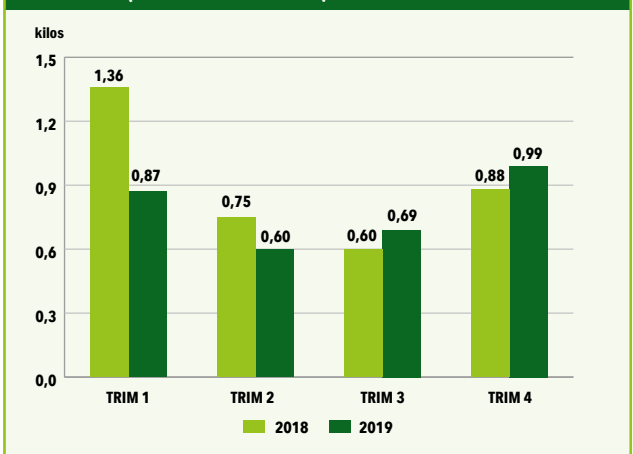
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LEGUMBRES	3,14	0,09	32,30	4,35	21,87

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de legumbres ha descendido un -12,6% (de 3,60 millones de kilos en 2018 a 3,14 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de legumbres, el trimestre cuarto tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



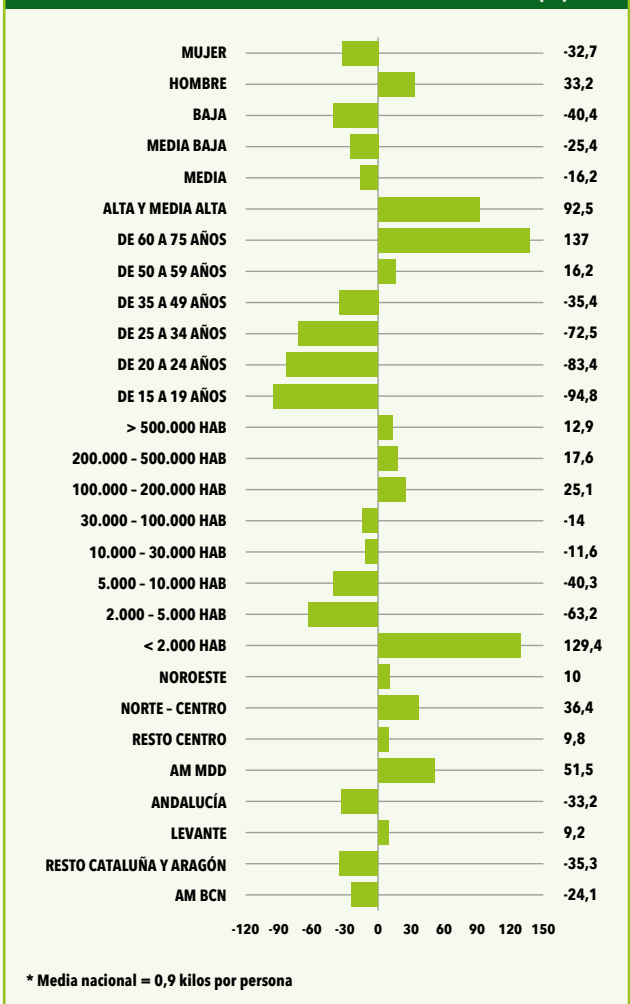


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de legumbres durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



CONSUMO Y GASTO EN PAN FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de pan fue de 152,6 millones de kilos, que suponen 4,50 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pan ascienden a 1.719,83

millones -de forma concreta, 55 por persona-. Durante el último año, un 92,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pan en alguna consumición fuera del hogar. ■

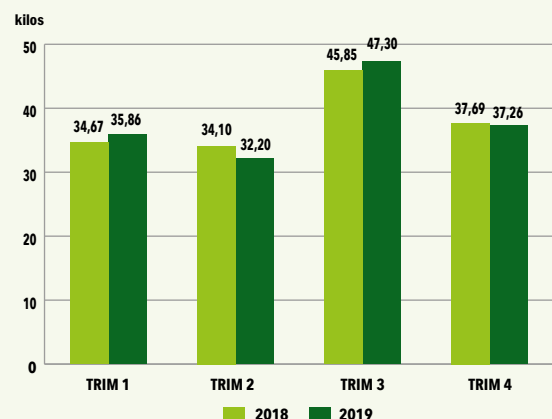
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PAN	152,62	4,50	1.719,83	54,93	92,32

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de pan ha crecido un 0,2% (de 152,31 millones de kilos en 2018 a 152,62 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de pan, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



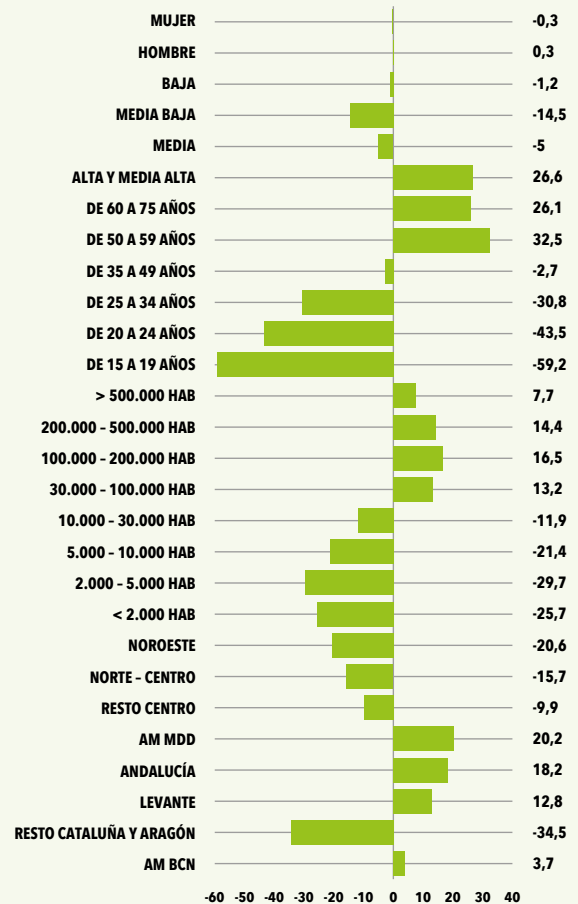


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pan durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 4,5 kilos por persona

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de pastas fue de 6,21 millones de kilos, que suponen 0,18 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pastas ascienden a 70,96

millones -de forma concreta, 5,33 por persona-. Durante el último año, un 39,27% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pastas en alguna consumición fuera del hogar. ■

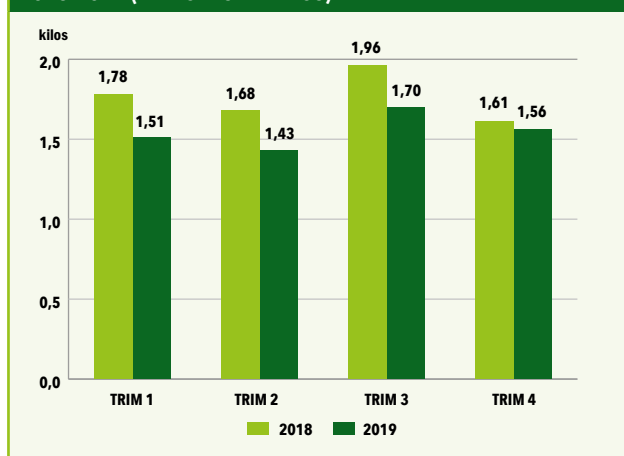
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PASTAS	6,21	0,18	70,96	5,33	39,27

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de pastas se ha reducido un -11,8% (7,04 millones de kilos en 2018 y 6,21 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de pastas, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



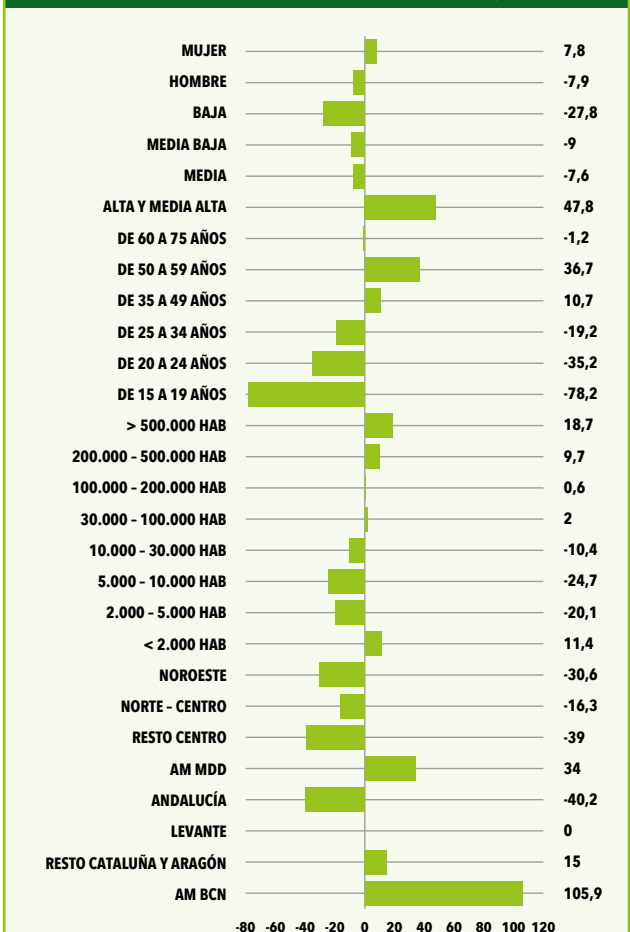


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de pastas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 0,18 kilos por persona

CONSUMO Y GASTO EN PESCADOS Y MARISCOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos fue de 124,45 millones de kilos, que suponen 3,67 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en pescados y mariscos ascienden a 653,79 millones -de forma concreta, 25,7 por persona-. Durante el último año, un 74,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pescados o mariscos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a los mariscos (2,17 kilos por persona) y, de manera con-

creta, a langostinos y gambas (0,57 kilos per cápita) y a calamares (0,51 kilos por persona). En términos de consumiciones, los pescados concentran el 57,4% y resulta significativa la participación de salmón (6,2%) y atún fresco (3,7%).

Los mariscos (2,17 kilos y 13,77 consumiciones por persona) fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2019. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de calamares (un 42,3% sobre el total de mariscos). ■

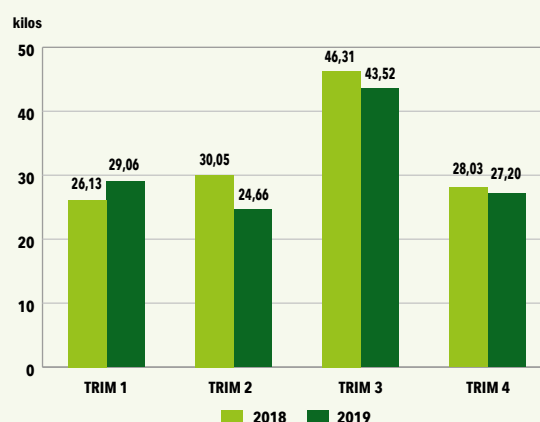
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PESCADOS Y MARISCOS	124,45	3,67	653,79	25,73	74,92
PESCADOS	50,90	1,50	375,26	16,22	68,19
MERLUZA/PESCADILLA	2,34	0,07	13,10	2,85	13,57
BOQUERONES	1,54	0,05	12,23	2,88	12,53
SARDINAS	1,32	0,04	14,44	3,73	11,43
RAPE	0,63	0,02	3,23	2,11	4,52
DORADA	0,64	0,02	3,45	1,90	5,34
SALMON	3,46	0,10	23,08	3,63	18,77
ATUN FRESCO	2,19	0,06	14,02	3,39	12,18
RESTO PESCADOS	38,79	1,14	293,80	13,31	65,06
MARISCOS	73,55	2,17	281,91	13,77	60,36
CALAMARES	17,24	0,51	119,43	7,46	47,17
PULPO/SEPIA	15,28	0,45	75,10	5,99	36,98
LANGOSTINOS/GAMBAS	19,32	0,57	97,36	7,29	39,35
OTROS MARISCOS	21,71	0,64	115,15	7,99	42,50

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos ha disminuido un -4,7% (de 130,52 millones de kilos en 2018 a 124,45 millones de kilos en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de pescados y mariscos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2018-2019 (MILLONES DE KILOS)



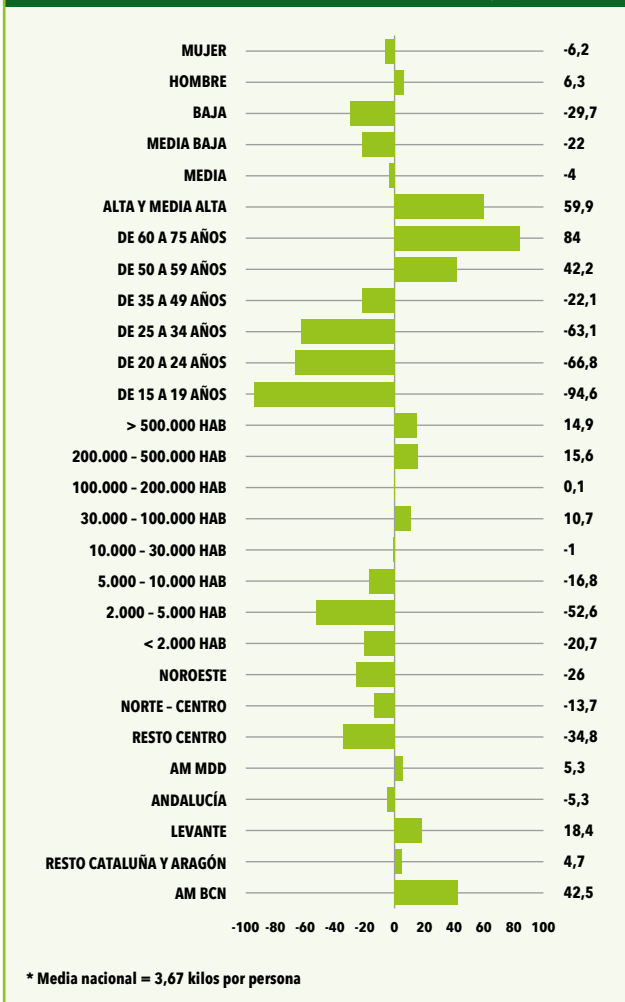


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

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

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



CONSUMO Y GASTO EN REFRESCOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de refrescos fue de 555,54 millones de litros, que suponen 16,37 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 2.105,34 millones de euros que suponen 62,0 euros de gasto per cápita. Las consumiciones de refrescos llegan a 1.472,56 millones -de forma concreta, 48,75 por persona-. Durante el último

año, un 89% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado refrescos en alguna consumición fuera del hogar. Destaca el consumo extradoméstico de colas que supone un 58,9% del consumo total, un 59,3% del valor total y un 60,1% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto. ■

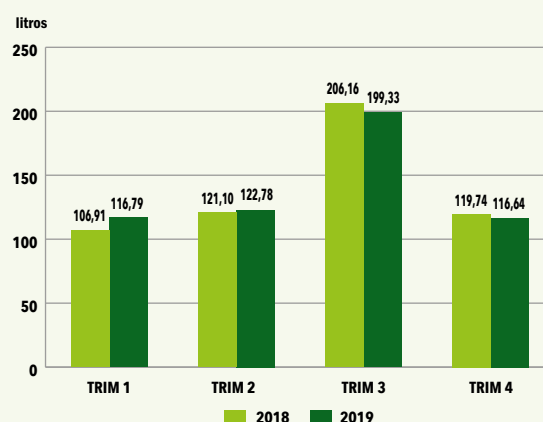
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES	555,54	16,37	2.105,34	62,00	1.472,56	48,75	88,99
COLAS	327,18	9,64	1.248,50	36,79	884,94	33,33	78,24
COLA REGULAR	160,48	4,73	616,46	18,16	424,47	19,84	63,01
LIGHT/ZERO	163,37	4,82	618,96	18,24	450,89	24,54	54,15
CON CAFEINA	277,66	8,18	1.059,18	31,20	747,86	29,76	74,05
SIN CAFEINA	42,72	1,26	161,08	4,75	117,28	12,08	28,63
OTRA VARIEDAD	3,33	0,10	13,08	0,39	9,58	5,79	4,88
FRUTAS CON GAS	67,98	2,00	241,88	7,13	175,49	10,80	47,89
FRUTAS SIN GAS	15,23	0,44	57,64	1,67	35,52	6,66	15,52
MIXERS	16,41	0,48	81,51	2,40	48,39	7,96	17,93
ISOTONICAS	57,58	1,70	238,23	7,02	153,25	10,33	43,68
ENERGETICAS	21,18	0,62	52,84	1,56	46,86	17,20	8,03
GASEOSAS	12,64	0,37	20,99	0,62	25,23	7,52	9,90
BEBIDAS ZUMO+LECHE	4,65	0,14	18,54	0,55	14,72	5,88	7,37
RESTO	32,69	0,96	145,21	4,27	88,16	8,69	29,86

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de refrescos ha aumentado un 0,3% (de 523,91 millones de litros en 2018 a 555,54 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de refrescos, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre cuarto cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)

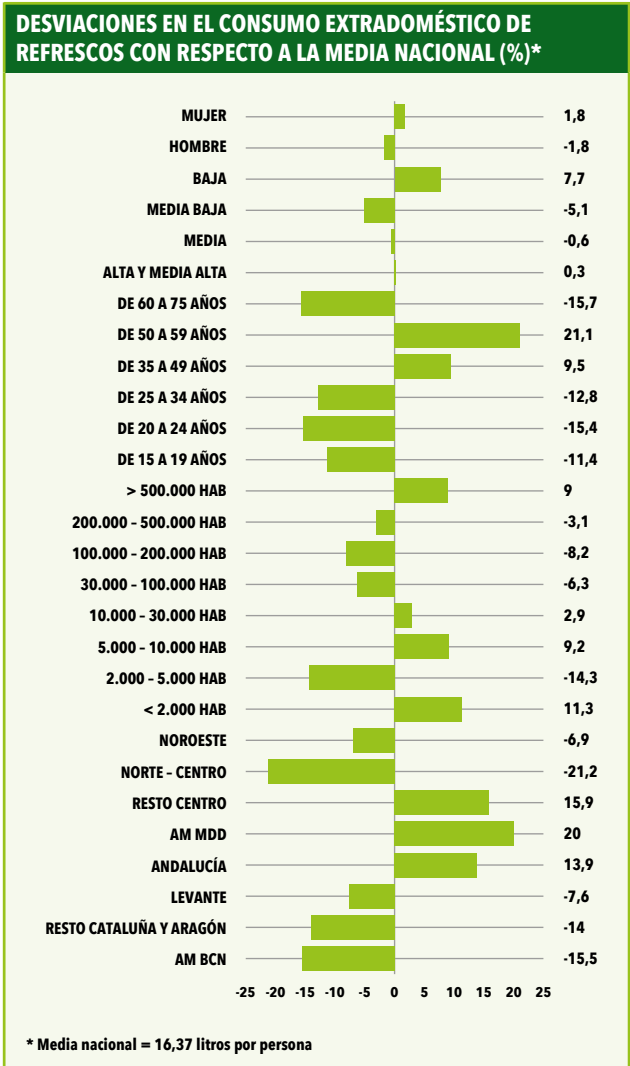




DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de refrescos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior de refrescos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase baja tienen un consumo superior de refrescos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de refrescos aumenta a medida que el consumidor tiene más edad (a excepción del último subgrupo de 60 a 75 años) llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de refrescos no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Resto Centro, Andalucía y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Noroeste, Norte-centro y Resto de Cataluña y Aragón, Levante y área metropolitana de Barcelona. ■



CONSUMO Y GASTO EN SIDRA FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de sidra fue de 31,13 millones de litros, que suponen 0,88 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 105,4 millones de euros que suponen 3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de sidra llegan a 47 millones -de forma concreta, 11,2 por persona-. Durante el último año, un 11,93% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado sidra en alguna consumición fuera del hogar. ■

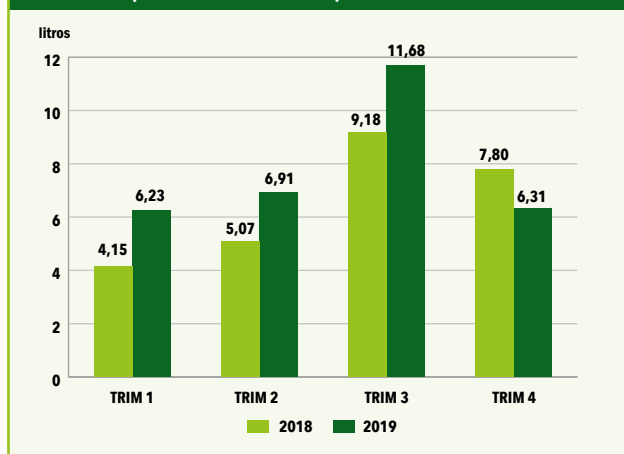
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
SIDRA	31,13	0,88	105,40	2,98	47,03	11,21	11,93

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de sidra ha crecido un 18,9% (de 26,19 millones de litros en 2018 a 31,13 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de sidra, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



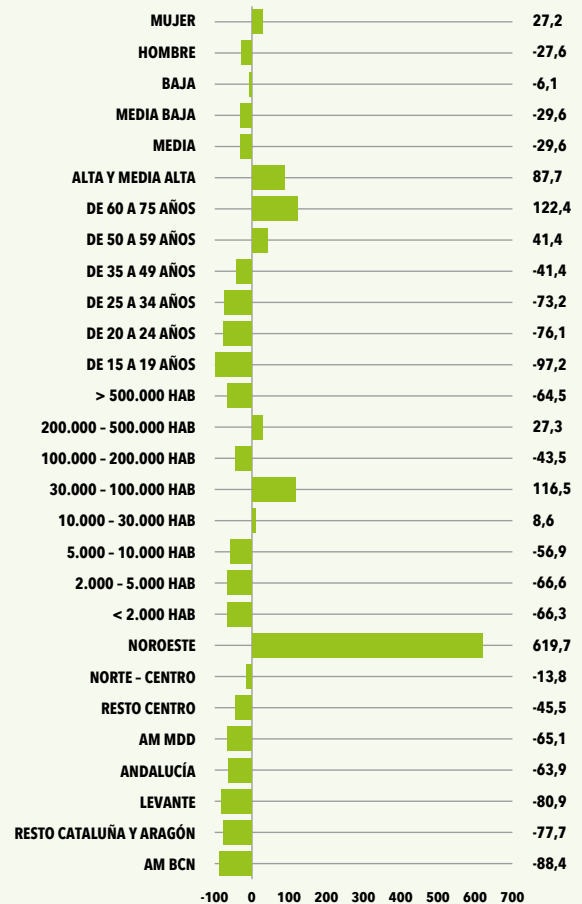


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de sidra durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son apreciables y se advierte un consumo superior de sidra en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de sidra fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media y media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de sidra sólo cuenta con desviaciones positivas en los consumidores de mayor edad, es decir, en individuos de 60 a 75 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de sidra no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 30.000 a 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones negativas en todas las regiones menos en el área Noroeste que concentra una gran cantidad de la demanda de este producto. ■

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



* Media nacional = 0,88 litros por persona

CONSUMO Y GASTO EN VINO Y DERIVADOS FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extracomunitario de sidra fue de 31,13 millones de litros, que suponen 0,88 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 105,4 millones de euros que suponen 3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de sidra llegan a 47 millones -de forma concreta, 11,2 por persona-. Durante el último año, un 11,93% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado sidra en alguna consumición fuera del hogar. ■

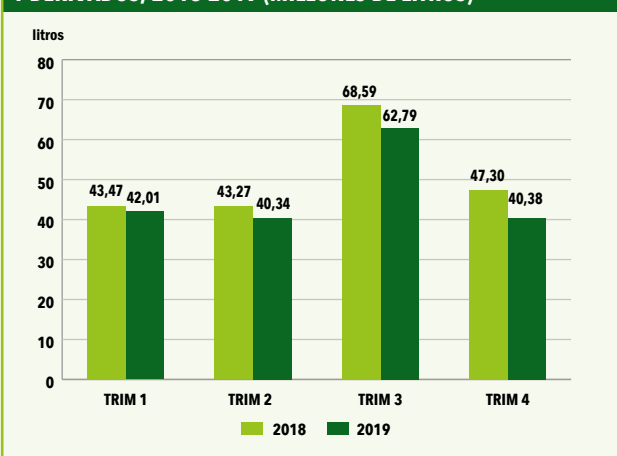
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS DE VINO	185,52	5,46	1.168,94	34,42	428,72	22,42	56,27
VINO	133,55	3,93	946,14	27,85	339,36	20,80	48,00
TINTO	84,15	2,48	558,01	16,42	204,00	15,50	38,70
BLANCO	39,89	1,18	310,02	9,13	112,64	11,22	29,55
ROSADO	8,12	0,24	68,73	2,02	18,82	6,58	8,43
RESTO VINO	1,40	0,04	9,38	0,28	3,90	3,27	3,49
CAVA	7,33	0,22	54,13	1,60	12,12	4,18	8,54
OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DEL VINO	44,64	1,32	168,68	4,97	77,24	8,43	26,99
TINTO DE VERANO	34,78	1,03	129,98	3,83	62,58	8,58	21,50
SANGRIA DE VINO	5,12	0,15	13,80	0,41	6,54	2,98	6,44
SANGRIA DE CAVA	2,38	0,07	12,76	0,37	3,27	4,49	2,13
CALIMOCHO	1,94	0,06	10,45	0,31	4,27	6,55	1,93
REBUJITO	0,42	0,01	1,67	0,05	0,58	2,31	0,73

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extracomunitario de vino y derivados ha descendido un -8,4% (de 202,64 millones de litros en 2018 a 185,52 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extracomunitaria de vino y derivados, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre segundo cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



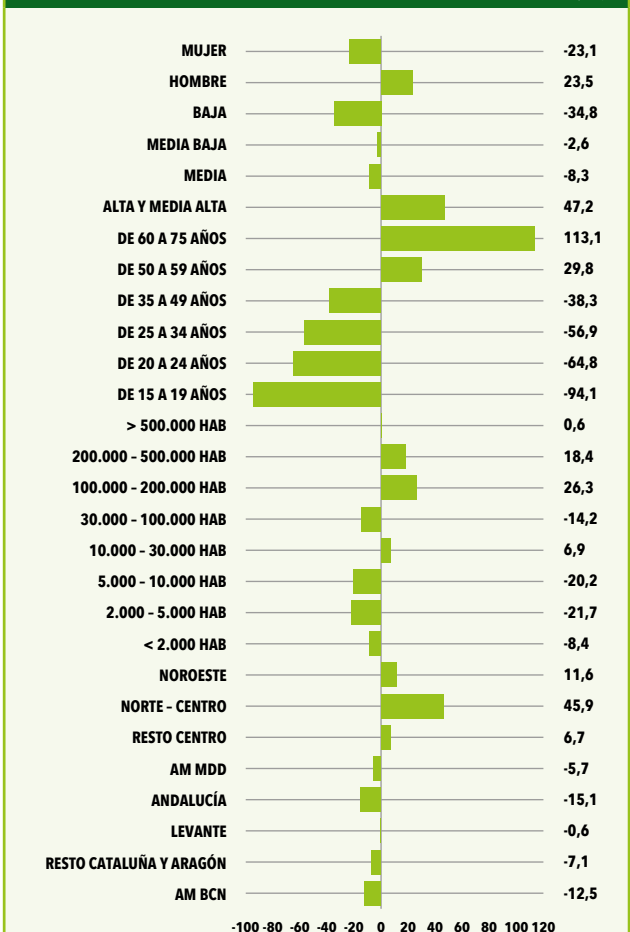


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de vino y derivados durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de vino y derivados en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de vino y derivados fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extracomunitaria per cápita de vino y derivados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de vino y derivados no ofrece un patrón para la demanda extracomunitaria con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 100.000 a 200.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (de 2.000 a 5.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extracomunitario medio en Noroeste, Norte-centro y Resto de Centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Andalucía y área metropolitana de Madrid, Resto Cataluña y Aragón, Levante y área metropolitana de Barcelona. ■

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



* Media nacional = 5,46 litros por persona

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO FUERA DEL HOGAR

Durante el año 2019, el consumo extradoméstico de zumo fue de 81,07 millones de litros, que suponen 2,62 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 300,71 millones de euros que suponen 8,83 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de zumo llegan a 191,99 millones -de forma concreta, 10,42 por persona-. Durante el último año, un 54,17% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado zumo en alguna consumición fuera del hogar. ■

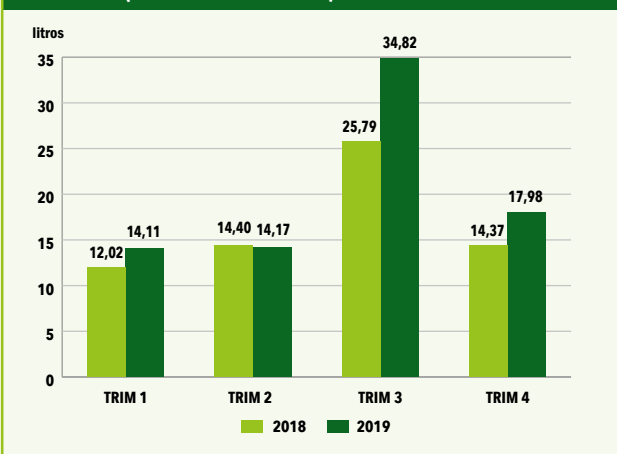
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2019

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ZUMO	81,07	2,62	300,71	8,83	191,99	10,42	54,17

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de zumo ha crecido un 21,8% (de 66,58 millones de litros en 2018 a 81,07 millones de litros en 2019). Atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de zumo, el trimestre tercero tiene la mayor demanda mientras que el trimestre primero cuenta con el consumo más reducido. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2018-2019 (MILLONES DE LITROS)



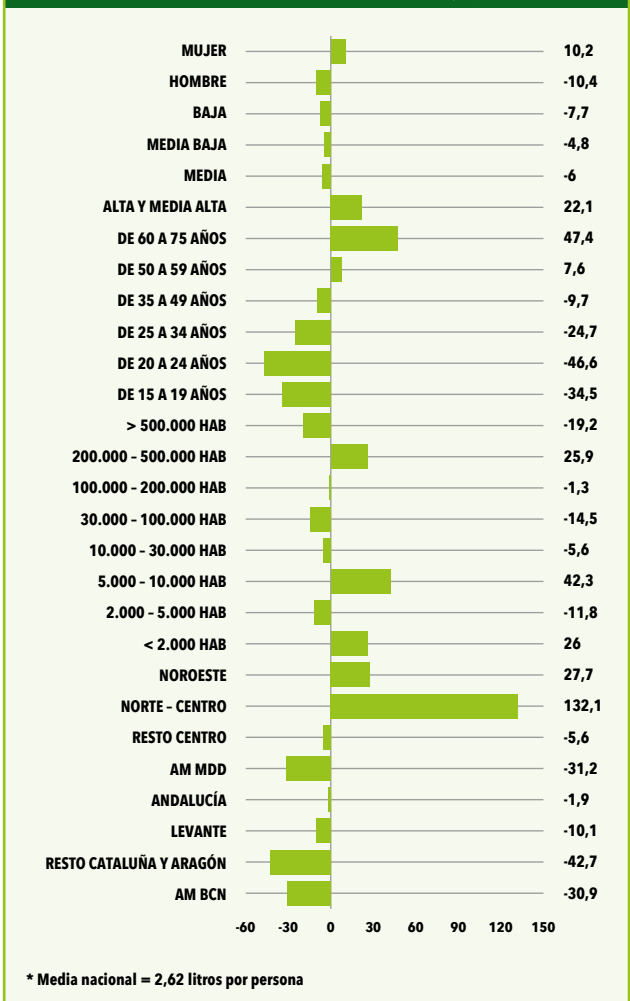


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de zumo durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de zumo en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de zumo fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de zumo aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de zumo no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 5.000 a 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios mayores de 500.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste y Norte-centro mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Noroeste, Andalucía, Resto de Cataluña y Aragón, Levante y áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona. ■

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





Más de 25 años conectando con tu target
en entornos segmentados.



Un espacio para dar a conocer tu producto de manera eficaz.

Más que un anuncio.
Contáctanos.

Nuestros soportes en la red de distribución
más importante del país:

Mupis, Vallas
Lonas interiores
Lonas de gran formato

Banderolas
Pantallas digitales
Acciones especiales

Contáctanos:
Madrid: 914 26 38 80
Barcelona: 932 38 75 40

info@014media.com
www.014media.com



INFORMACIÓN POR SECTORES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2020

CEREALES



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

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

Debido a sus características nutritivas, su moderado costo y también a que provocan una sensación de saciedad, al aumentar su volumen en el intestino, los cereales son un producto básico en la alimentación humana.

El éxito en su producción, almacenamiento y utilización ha sido fundamental para el desarrollo de la civilización moderna.

En este sentido, actualmente sigue habiendo pueblos en el mundo para los que los cereales son el único alimento durante la mayor parte del año y también hay otros que los consumen con mucha frecuencia por el aporte de hidratos de carbono que proporcionan.

Sin embargo, en los llamados países desarrollados el peso de los cereales en la alimentación se ha ido reduciendo, especialmente en el último siglo. ■

TIPOS Y USOS DEL CEREAL

Los cereales son plantas herbáceas monocotiledóneas de ciclo vegetativo anual que comprenden varias especies (trigo blando, trigo duro, cebada, centeno, triticale, avena, maíz, sorgo, arroz, alforfón, mijo y alpiste, fundamentalmente) originarias de zonas templadas y subtropicales y pertenecientes a la familia de las gramíneas.

Son plantas que se adaptan a diferentes suelos y condiciones climáticas, lo que ha propiciado su extensión por todo el mundo.

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

PRODUCCIONES DE TRIGO EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	756,3	761,6	731,6	762
EE.UU	62,9	47,4	51,3	52,3
UE-28	152,1	151,9	138,3	156,2
ESPAÑA	7,9	4,8	8	5,8

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

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

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

Además del grano, del cereal se aprovecha también la paja como fuente de celulosa en la alimentación humana y otros aprovechamientos energéticos. ■

PRODUCCIÓN NACIONAL DE CEREALES

En los últimos años, la importancia económica de este subsector dentro de la agricultura ha ido descendiendo progresivamente, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

En 2019 la cosecha de cereal no alcanzó los niveles del año precedente, pero tampoco fue mala. La producción total registró un descenso, con respecto a la producción del año 2018, del 21% aunque se situó por encima del volumen alcanzado en la desastrosa cosecha 2017.

En concreto, a efectos de calcular la renta agraria anual, el MAPA estimó que la producción de cereal disminuyó

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREALES (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	2016	2017	2018	2019
TRIGO	7.873,0	4.825,0	7.985,7	5.841,0
CEBADA	9.176,0	5.785,9	9.129,5	7.396,9
MAÍZ	4.069,0	3.775,6	3.842,5	4.185,4
ARROZ (CÁSCARA)	835,0	835,2	808,0	801,0
AVENA	1.110,0	843,3	1.486,0	811,2
CENTENO	377,0	139,2	384,3	246,7
OTROS CEREALES	553,0	386,0	695,0	599,9
TOTAL	23.993	16.590	24.244	19.882

FUENTES: MAPA.

en volumen un 1,3% (un año antes había aumentado hasta nada menos que un 43%), mientras que los precios bajaron en general un 5,7%.

Por todo ello, el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria finalmente disminuyó un 6,9% con respecto a un año antes, hasta situarse en 4.629,5 millones de euros en términos corrientes, según datos del Ministerio de Agricultura.

En España, los cereales (arroz excluido) supusieron en 2019 el 7,1% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria (PRA) a precios básicos y el 12,3% de la Producción de la Rama Vegetal (PRV). En ambos casos, los porcentajes fueron muy inferiores a los el año 2018.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo, arroz y otros cereales minoritarios) se elevó a algo más de 19,88 millones de toneladas, un 21% menos que en el año precedente. En el año 2018, la cosecha se había disparado un 44%, por lo que el descenso de 2019 situó la producción en la media de los últimos años.

Con el fin de abastecer las necesidades del mercado, España importó en la campaña 2019/2020 (que va desde julio a junio del año siguiente) algo más de 17 millones de toneladas de cereales, un volumen superior en casi 2 millones de toneladas al de la campaña precedente.

También en la campaña se exportó una pequeña cantidad de grano (854.000 toneladas), al igual que en años anteriores. ■

CEREALES EN LA UNIÓN EUROPEA

Más de la mitad de la producción comunitaria de cereales corresponde al trigo, aproximadamente. De la otra mitad, un tercio es cebada, otro tercio maíz y el tercio restante corresponde a cereales como la espelta, el centeno o la avena. Respecto al consumo, más de dos tercios del total se destina a la alimentación animal y casi otro tercio al consumo humano. Sólo el 3% del consumo comunitario de cereal son biocombustibles.

En 2019, el valor generado por estas producciones en la Unión Europea ascendió a 41.830 millones de euros, por encima de los 40.461 millones que generó en 2018, según datos de la Comisión Europea publicados a efectos de calcular la renta agraria anual.

Respecto a la Producción Agraria final, el sector del cereal comunitario supuso el 12,3%, mientras que con relación a la Producción Vegetal final, su aportación fue del 21,3%.

A nivel comunitario, los cereales han pasado a ser, después de la leche y las hortalizas, la tercera producción agraria más importante desde el punto de vista económico.

Los países con mayor producción de cereales de la UE son Francia, Alemania y Polonia. En 2019, el valor generado por estas producciones aumentó notable, especialmente en el caso del trigo y el maíz.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en el año 2019 se situó en 320 millones de toneladas, un 9,5% más que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

La superficie cultivada esa campaña ascendió a 55,8 millones de hectáreas (algo más que en la campaña 2018) y los rendimientos medios a 5,6 toneladas por hectárea (en la campaña precedente fueron 5,3 toneladas por hectárea de media).

En la Unión Europea, la mayor cosecha fue la de trigo blando con 148,4 millones de toneladas (casi 20 millones de toneladas más que un año antes), seguida de la de maíz con 68 millones de toneladas (inferior a la del año precedente) y la de cebada con 63 millones de toneladas, 7 millones de toneladas más en la campaña anterior.

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

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

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

CEREALES EN EL MUNDO

La FAO -organismo de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación- estimó que la producción mundial de cereal en la campaña 2019/2020 (incluido el arroz) ascendió a 2.711 millones de toneladas, un 2,3% más que la producción de la campaña 2018/2019. En 2019 volvió a crecer la producción mundial de cereales



por quinto año consecutivo, según la FAO.

De esa producción mundial, 762 millones de toneladas a la de trigo (30 millones más que un año antes) y el resto a otros cereales secundarios. De acuerdo con este organismo internacional, en la campaña 2019/2020 aumentó tanto la producción mundial de trigo como la de cereales secundarios, mientras que por el contrario disminuyó la producción de arroz, que en las campañas previas había aumentado. ■



CEBADA

La cebada es el cereal más importante de España, tanto por la superficie cultivada como por la producción de grano. En 2019 la producción total de cebada se situó en unos 7,4 millones de toneladas, un volumen inferior en un 19% al obtenido en el año anterior, que fue de récord. Según la duración de su ciclo biológico, en España existen dos tipos de cebadas: las ordinarias, que se siembran en otoño y se recolectan a principios de verano, y las tremesinas, que se siembran a finales del invierno o principios de primavera y se recogen a finales de primavera o principios del verano.

PRODUCCIONES DE CEBADA EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	150,4	141,8	139,3	156,2
EE.UU	4,3	3,1	3,3	3,7
UE-28	59,9	58,8	56,4	63,6
ESPAÑA	9,1	5,7	9,1	7,3

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

Hace años, de la producción total de cebada correspondía a 2 carreras (cebadas cerveceras) el 75% y el resto a cebada de 6 carreras o caballar. Sin embargo, en los últimos años el porcentaje de cebada cervecera se ha ido incrementando y en 2019 representaba ya el 91,7% de toda la cosecha, un punto porcentual más que en el año anterior. ■

CEBADA EN LA UE

Al contrario de lo que sucedió en España, la producción de cebada en la Unión Europea (UE) se incrementó en 2019 hasta rondar los 63,6 millones de toneladas, un 12,7% por encima de la cosecha del año anterior.

El valor generado por la cebada a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2019 a 7.734 millones de euros, un 4,8% más que un año antes. La producción de cebada aportó el 2,2% de la Producción Agraria final y el 3,9% de la Producción Vegetal (en ambos casos, porcentajes similares a un año antes).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEBADA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)						
CC.AA	CEBADA 6 CARRERAS		CEBADA 2 CARRERAS		CEBADA TOTAL	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
ANDALUCÍA	207	104	204	251	411	355
ARAGÓN	26	27	1.510,6	1.370,2	1.536,6	1.397,2
BALEARES	20,1	19	13,4	13	33,5	32
CANARIAS	0	0	0,2	0,2	0,2	0,2
CANTABRIA	0	0	0	0	0	0
CASTILLA-LA MANCHA	486,5	280,8	1.947,40	1.637,7	2.433,9	1.918,5
CASTILLA Y LEÓN	234,3	167,8	2.785	2.169	3.019,5	2.336,8
CATALUÑA	5,8	5,8	752,3	551,6	758,1	557,4
COMUNIDAD VALENCIANA	22	2,7	9,1	20,5	31,1	23,2
EXTREMADURA	0	0	235	113,8	235	113,8
GALICIA	0	0	1,1	1,2	1,1	1,2
LA RIOJA	0	0	87	97	87	97
MADRID	2,8	2,8	151,7	151,7	154,5	154,5
MURCIA	15,6	9,6	12,5	10,4	28,1	20
NAVARRA	0	0	334,3	293,6	334,3	293,6
PAÍS VASCO	0	0	57,6	95,8	57,6	95,8
ESPAÑA	1.020,6	619,5	8.108,9	6.777,4	9.129,5	7.397

FUENTES: MAPA.

De toda la cebada que se produce en la Unión Europea, cerca del 50% correspondió a la producción de cebada de dos carreras (spring barley). En 2019, el país comunitario con mayor producción fue Francia con 13,7 millones de toneladas, seguida muy de cerca por Alemania con 11,6 millones de toneladas. Después se situó España y muy cerca, el Reino Unido con una producción también superior a los 7,9 millones de toneladas. La campaña 2019

fue la última en la que se contabilizó dentro de la UE la producción británica.

Por su lado, la producción mundial se redujo un 2% en 2019 y se situó en cerca de 156,2 millones de toneladas, mientras que en la cosecha de Estados Unidos fue superior (6%) a la del año precedente, pues se cosecharon 3,7 millones de toneladas, según estimaciones de la oficina de Agricultura del gobierno norteamericano (USDA, en sus siglas en inglés). ■

TRIGO

Al contrario que un año antes, la cosecha nacional de trigo en 2019 fue muy mala. La producción total se situó en torno a los 5,8 millones de toneladas (un 27% menos que en 2018), de las que 5,1 millones correspondieron a la producción de trigo blando y el resto a la de duro.

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

ña se utilizan anualmente para elaborar las sémolas que necesita su industria para consumo interno (pastas principalmente) unas 450.000 toneladas de trigo duro y dedica a la alimentación animal unas 400.000 toneladas/año, básicamente trigos duros de inferior calidad. Tanto las exportaciones de trigos duros como de sémolas (que tienen mayor valor añadido) se dirigen a otros países comunitarios (Francia e Italia) y a terceros países del norte de África.

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

CC.AA	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
ANDALUCÍA	381,77	400,89	962,60	535,3	1.420,6	936,19
ARAGÓN	510,35	466,49	231,9	164,5	766	630,99
ASTURIAS	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1
BALEARES	11,3	9	0,1	0	8,1	9
CANARIAS	0,3	0,3	0	0	0,4	0,3
CANTABRIA	1,4	2,2	0	0	1,6	2,2
CASTILLA-LA MANCHA	745,7	639,1	26,3	8	761,4	647,1
CASTILLA Y LEÓN	3.593,6	2.360,34	21,9	10,1	3.608,20	2.370,44
CATALUÑA	404,4	265,3	1	0,5	380,6	265,8
COMUNIDAD VALENCIANA	10	8	0,3	0,3	10,4	8,3
EXTREMADURA	265,8	141,5	33,3	13,3	299,3	154,8
GALICIA	35,1	38,1	0,09	0,02	34,2	38,12
LA RIOJA	157,3	141	0,2	0,2	158,2	141,2
MADRID	59,2	59,2	1,4	1	65,7	60,2
MURCIA	9,5	8	0,3	0,1	9,8	8,1
NAVARRA	391,4	405,6	3	1,1	384,4	406,7
PAÍS VASCO	125,8	162,1	0	0	132,1	162,1
ESPAÑA	6.703	5.107,70	1.282,50	733,6	7.985,70	5.841,3

FUENTES: MAPA.

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

Respecto al comercio exterior, en la campaña 2019-2020 se importaron 5 millones de toneladas. Asimismo, se exportaron 150.000 toneladas, un volumen muy inferior al del año precedente. ■

TRIGO COMUNITARIO

En cuanto a la Unión Europea, el valor generado por el trigo y la espelta a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2019 a 19.966 millones de euros, un millón más que un año antes. El subsector del trigo aportó el 5,8% de la Producción Agraria final y el 10,2% de la Producción Vegetal.

La producción de trigo total (duro y blando) en 2019 fue de 156,2 millones de toneladas, superior en un 13,8% a la

producción del año precedente. Hasta 2019, la producción de trigo en la UE llevaba años descendiendo, después de un inicio de década muy bueno.

De la producción de trigo total, que representó casi el 50% de la cosecha comunitaria de cereales, la mayor parte fue trigo blando (148 millones de toneladas en el año 2019).

Como en el caso de la cebada, el primer país europeo productor de trigo es Francia, con 41 millones de toneladas en 2019, seguido de Alemania (23,1 millones de toneladas).

Sin embargo, en trigo duro -que es el cereal que se utiliza para elaborar la famosa pasta- destaca Italia, con 3,8 millones de toneladas en el año 2019, un volumen que supuso más de la mitad de la cosecha comunitaria.

A nivel mundial, la producción de trigo de 2019 fue finalmente muy buena (se cosechó un 4,2% más que en 2018), pues se superaron las 762.000 toneladas gracias a la mayor cosecha europea. Estados Unidos produjo en 2019 unas 52.300 toneladas de trigo, un volumen superior al de un año antes. ■

MAIZ

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

En 2019, la producción mundial de maíz se elevó por encima de los 1.113,5 millones de toneladas, un volumen inferior en un 1% al producido en el año precedente, que fue muy bueno en cuanto a cosecha se refiere. Estados Unidos es el principal productor del mundo, con algo más de 345,6 millones de toneladas cosechadas en el año 2019, un 5% menos que en el año anterior. Por su parte, en la Unión Europea no se consiguió incrementar su producción de maíz en 2019, aunque no se llegó a alcanzar un nivel superior a la media. Así, la producción comunitaria disminuyó un 2% hasta los 68 millones de toneladas (muy lejos de los 80 millones que se recogieron en los primeros años de la década de 2010). El valor generado por el maíz a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió a 9.361 millones de euros, un 4,7% menos que en el año anterior. A efectos



de calcular la renta agraria europea, la producción de maíz representó el 2,2% de la Producción Agraria final y el 4,8% de la Producción Vegetal final.

A nivel comunitario, el principal país comunitario productor de maíz en 2019 fue Rumanía con 13,5 millones de toneladas, que se impuso a Francia (12,8 millones de toneladas), que tradicionalmente había sido el primer productor de este cereal en la UE-28. Hungría, con 7,8 millones de toneladas, e Italia con cerca de 6 millones, fueron los siguientes países en la lista de productores. ■

MAÍZ EN ESPAÑA

En España, la mayor parte de los cereales se cultiva en secano, pero en el caso del maíz y el sorgo el cultivo es en regadío. A nivel nacional, hay unas 115.000 hectáreas de maíz transgénico, de la variedad denominada MON 810, que está ampliamente extendida por todo el mundo.

La producción española en 2019 aumentó un 4% hasta alcanzar los 4,1 millones de toneladas. En el año anterior también aumentó la cosecha, tras varios años de caídas.

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.

España importó en la campaña 2019/2020, 10 millones de toneladas de cereales, un volumen superior al del año anterior, y también exportó una pequeña cantidad (250.000 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. ■

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MAÍZ-GRANO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC.AA	2018	2019
ANDALUCÍA	135,8	181,7
ARAGÓN	950,4	1.023,8
ASTURIAS	1,1	1
BALEARES	0,7	0,6
CANARIAS	1,8	1,8
CASTILLA-LA MANCHA	241,3	247,4
CASTILLA Y LEÓN	1.170,90	1.392,4
CATALUÑA	380,6	332
COMUNIDAD VALENCIANA	4,3	3,6
EXTREMADURA	634	659
GALICIA	102,9	108,3
LA RIOJA	4,8	4,1
MADRID	50,2	50,2
MURCIA	1,2	1,1
NAVARRA	161,6	177,6
PAÍS VASCO	0,5	0,6
ESPAÑA	3.842,5	4185,4

FUENTES: MAPA.

PRODUCCIONES DE MAÍZ EN EL MUNDO, EN EE UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	1.125	1.078,0	1.123	1.113,50
EE.UU	384,8	371	364,3	345,9
UE-28	63	65	69,3	68
ESPAÑA	4	3,7	3,8	4,1

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.



ARROZ

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

La mayor parte de la población que tiene el arroz como base de su dieta vive en Asia, continente en el que se concentra el 90% de los 170 millones de hectáreas que se plantan (y también se siembran) de arroz en el mundo. Se denomina arroz cáscara (arroz paddy en inglés) al cereal más recolectado.

De todos los cereales que se cultivan en el mundo, el arroz es el que más se utiliza en la alimentación humana y además, sin apenas transformación.

A nivel mundial, como en el año anterior la producción de arroz registró en la campaña de 2019 un ligero incremento (no llegó al 1%) debido a los malos rendimientos alcanzados en algunos de los principales países productores, especialmente Estados Unidos. En total, la producción mundial de arroz en grano ascendió a 494,3 millones de toneladas.

China, con cerca de 149 millones de toneladas de arroz grano en 2019, un 0,3% menos que en 2018, volvió a ser el primer país productor del mundo seguida de India, Indonesia, Bangla Desh, Vietnam, Tailandia, Filipinas, Brasil, Japón y Estados Unidos, cuya producción se situó en 2019 en algo más de 5,9 millones de toneladas, un 17% menos que en 2018. ■

ARROZ EN LA UE

El valor generado por la producción de arroz a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2019 a 732 millones de euros, 53 millones más que en el año precedente, según datos de la Comisión Europea.

La producción de arroz europea representó en 2019 el 0,1% de la Producción Agraria final y el 0,4% de la Producción Vegetal.

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

La producción de 2019 se situó en 1,68 millones de toneladas (arroz grano), un volumen superior en un 3,7% al

PRODUCCIONES DE ARROZ EN EL MUNDO, EN CHINA, EN EE.UU, EN LA UE-27 Y EN ESPAÑA

Millones de Tn. grano	2016	2017	2018	2019
MUNDO	491,2	495	496,4	494,3
EE.UU	7,1	5,7	7,1	5,9
CHINA	147,8	148,8	148,5	149
UE-28	1,83	1,73	1,62	1,68
ESPAÑA	0,55	0,55	0,8	0,8

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

del año precedente, pero en la línea de las producciones de las últimas campañas.

El actual nivel de producción de arroz dentro de la Unión Europea no es suficiente para hacer frente a la creciente demanda del mercado interno, lo que explica que la UE sea uno de los principales importadores de arroz a nivel mundial. La variedad japónica es la más producida, con casi el 95% del total.

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

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

ARROZ EN ESPAÑA

A nivel nacional, la superficie dedicada al cultivo del arroz se situó en 104.922 hectáreas (por debajo de la campaña anterior un año más) y la producción en 843.923 toneladas de arroz cáscara, un volumen ligeramente superior al del año anterior. Los rendimientos obtenidos en la campaña fueron mayores que los de un año antes también.

Andalucía, con el 45% de la producción, y Extremadura con el 20% fueron las dos principales regiones productoras de España en 2019. Sin embargo, el cultivo también es importante en Valencia, Cataluña y Aragón. Igualmente, está presente en Navarra, Murcia, Castilla La-Mancha, La Rioja y Baleares.

De todo el arroz cultivado en España en 2019, el japónica (más conocido como arroz redondo), representó el 58,5% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 41,5% restantes. Es de destacar que en los últimos años el arroz japónica ha ido perdiendo peso a favor del indica y también que los rendimientos por hectárea se han incrementado.

En cuanto al comercio exterior, en la campaña 2018-2019 el saldo de la balanza comercial fue de nuevo positivo. En volumen, según datos del Ministerio de Agricultura las importaciones de arroz ascendieron a 148.444 toneladas (un 37% más que en la campaña 2017/2018), mientras que las exportaciones se elevaron a 202.322 toneladas, un 8% menos que en la campaña precedente. La campaña de comercialización empezó en septiembre 2018 y terminó en agosto de 2019.

El consumo interno aumentó en la campaña 2018/2019 hasta las 386.525 toneladas, según la información publicada por el Ministerio de Agricultura. ■

CEREALES SECUNDARIOS

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

Así, en España se producen anualmente cantidades importantes de centeno, avena, triticale y sorgo, así como también otros volúmenes muy minoritarios de cereales como la espelta (muy ligada a la producción ecológica), el mijo o el alpiste. En general, para todos estos cereales secundarios la campaña de 2019 resultó muy negativa.

Así, la producción española de centeno alcanzó en 2019 las 246.700 toneladas, un 36% menos que en la campaña 2018 que fue especialmente buena para este grano. Igualmente, la cosecha nacional de avena ascendió a 811.200 toneladas, cuando un año antes se había alcanzado la cifra récord de 1.486.900 toneladas, mientras que la de triticale, que es un cereal cuya presencia va en aumento en el campo español, también se redujo desde 649.000 toneladas a sólo 571.800 toneladas.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ARROZ CÁSCARA GRANO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC.AA	2018	2019
ANDALUCÍA	343,2	334
ARAGÓN	29,4	27,3
BALEARES	0,07	0,07
CASTILLA-LA MANCHA	0,6	0,6
CATALUÑA	146,5	145,4
COMUNIDAD VALENCIANA	128,6	125,6
EXTREMADURA	146	154,3
MURCIA	2,6	2
NAVARRA	11,2	11,3
OTRAS CC.AA.	0,3	0,5
ESPAÑA	808	801

FUENTES: MAPA.

Además de estos cereales de siembras de otoño-invierno también se produjeron 28.100 toneladas de sorgo, un volumen superior al del año 2018.

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

En la campaña 2019/2020 se importaron cerca de 570.000 toneladas de estos cereales secundarios. La mayor partida (200.000 toneladas) fue la de triticale. ■

CEREALES SECUNDARIOS EN LA UE

En la Unión Europea existen también producciones minoritarias de cereal que en el año 2019 alcanzaron un valor de algo más de 4.037 millones de euros (valor muy superior al del año precedente), aportando el 2% de la Producción Vegetal final, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria.

La campaña de centeno en la UE se saldó con una producción de 8,5 millones de toneladas, muy por encima de la del año anterior, y la de avena con 8 millones de toneladas (también muy por encima de la cosecha del año 2018).

Por su lado, después del descalabro del año anterior la producción de triticale se recuperó y quedó en torno a los 11 millones de toneladas.

Además, la UE cuenta también con una pequeña producción de sorgo (algo más de un millón de toneladas en 2019). En este caso, el primer país productor de la UE es Polonia, con el 72% de la cosecha total. ■

CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES DE LOS CEREALES

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

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

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

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

HARINAS

La producción española de harina de trigo blando superó los 3,3 millones de toneladas en 2019, un volumen que presenta escasas variaciones en los últimos años. Además, la producción nacional se complementa con otras producciones de harina de trigo duro y de otros cereales, sobre todo centeno.

Casi el 65% de la harina producida en nuestro país se destina a la industria panificadora y el 35% restante de destina a otros sectores, como la pastelería y bollería, las galletas, los alimentos infantiles, pizzas y platos precocinados, etc. La demanda de estas otras industrias es cada vez mayor, mientras que la industria panificadora se enfrenta a una persistente atonía de las demandas. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La industria de transformación de trigo en harina y semola engloba a cerca de 110 empresas, de las cuales el 98% son harineras y el resto semoleras.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Harinera Vilafranca, S.A. *	320,9
Grupo Harántico	260
Maicerías Españolas, S.A. *	255,75
Grupo Pastas Gallo *	203
Harinera La Meta, S.A.	95
Harineras Villamayor, S.A.	60
Guría, S.A. *	51,54
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	38
Molinos Harineros del Sur, S.A.	35
Harinera Arandina, S.A.	35

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

El sector está integrado casi en su totalidad por pequeñas y medianas empresas de carácter familiar, en segunda, tercera y hasta cuarta generación, según datos

de la Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHS).

Las regiones con mayor número de fábricas harineras son Castilla y León, Andalucía, Castilla-La Mancha, Galicia y la Comunidad Valenciana. Por su lado, las empresas semole-
ras están principalmente en Andalucía, Aragón y Cataluña. Aproximadamente el 80% de estas empresas, se ubican en el medio rural y, generalmente, están próximas a zonas ce-
realistas donde tradicionalmente han ayudado a la creación de empleo y a la dinamización de la actividad económica.

El número de trabajadores del sector no llega a las 3.000 per-
sonas, pues cada empresa tiene una media de 20 empleados. Según datos de la AFHS, en su gran mayoría las empresas son jurídicamente Sociedades Anónimas, pero algunas son Sociedades Limitadas y también hay Comunidades de Bie-
nes. Todas cuentan con capital 100% español.

El grado de diversificación en otras actividades económi-
cas es reducido, así como las integraciones verticales con el sector primario y con la industria alimentaria de segunda transformación.

El grupo más importante del sector (que engloba otras ac-
tividades) registró en 2019 unas ventas de 321 millones de euros, mientras que el segundo llegó a los 260 millones de euros y el tercero ronda los 256 millones de euros de factu-
ración.

PAN

En el año 2019 entró en vigor la norma de calidad del pan (Real Decreto 308/2019, de 26 de abril), que define los di-
ferentes tipos y garantiza al consumidor la adquisición de productos de calidad perfectamente caracterizados y eti-
quetados. También, la norma mejora la competitividad del sector español del pan, garantiza la leal competencia entre
industrias estableciendo las mismas condiciones a todos los productores y facilita la innovación atendiendo las nue-
vas necesidades de los consumidores.

Entre las novedades de la norma del pan están las definicio-
nes más concreta de lo que es la masa madre, el pan común, el pan integral, el multicereal y el de otros cereales como el centeno. Asimismo, también se incluye la limitación de la cantidad de sal que se puede emplear para elaborar el pan. La producción total de pan (fresco y de molde) en España

La mitad del trigo blando que consume la industria hari-
nera española procede del extranjero. Ese trigo proviene mayoritariamente de Francia, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

El resto de las 10 primeras empresas del sector cuentan con facturaciones que van de los 35 a los 200 millones de euros, contando con que muchas de estas empresas tienen activi-
dades en otros sectores como la producción de pasta. ■

COMERCIO EXTERIOR

Desde hace años, el sector harinero de nuestro país ha apostando por la exportación, ante la madurez del mer-
cado interno. En el último ejercicio computado se expor-
taron 140.193 toneladas de harina de trigo, un 12% más que en el año anterior, al tiempo que se importaron unas 84.775 toneladas, un 41% menos que un año antes. Ade-
más de las harinas de trigo, se vendieron fuera otras 2.638 toneladas de sémola y se importaron 18.702 toneladas, así como también harinas de otros cereales (21.395 toneladas exportadas y 76.656 toneladas importadas), según los da-
tos de Aduanas.

Los principales mercados de destino de las harinas son países del África Subsahariana, del Magreb y Oriente Medio, seguidos por Francia y Portugal. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PANADERÍA FRESCA Y SECA	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto SIRO Foods *	577
Grupo Bimbo *	365
Productos Dulcesol *	264 ⁽¹⁾
Berly Corporation Alimentaria, S.A.U.*	220
Pepsico Foods, A.I.E. *	147
Grefusa, S.L. *	102
Anitin Panes Especiales, S.L. *	63
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	53,2
Panadería Milagros Díaz. S.L	42
Pimad, S.A.	36,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones. ⁽¹⁾ Estimación.

alcanzó durante el año 2019 unos 1.872 millones de kilos, lo que supuso un nuevo descenso interanual del 1%, según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que cada año publica el Instituto Nacional de Estadística (INE). El valor total de esas producciones se situó en unos 2.509 millones de euros, un 4% menos que en el año precedente.

El pan fresco normal constituye la mayor partida dentro de la producción. Según los datos del INE, la producción

de pan fresco superó los 1.538,6 millones de kilos en el año 2019, por un valor de 1.855 millones de euros, lo que supuso en ambos casos una caída del 3% con respecto a los datos del año 2018.

Por su lado, la producción de pan de molde rondó los 333,5 millones de toneladas, por un valor de 653,7 millones de euros, un 9% y un 5% menos respectivamente, que en el año precedente. ■

MASAS CONGELADAS

Continúa el ascenso de las ventas de los panes precocidos congelados que, progresivamente, acaparan cuotas cada vez mayores de ventas, en detrimento de otros tipos de presentaciones.

De acuerdo con los datos de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), la producción de pan de masa congelada de sus empresas asociadas ascendió en 2019 a 757.302 toneladas, un 4,3% menos que un año antes.

El valor de esa partida llegó hasta cerca de los 848,3 millones de euros, un 0,9% menos también.

La presentación más demandada dentro de los panes frescos o congelados entre los consumidores españoles es la de la barra o pistola, ya que acapara en torno al 75% de todas las ventas. En segundo lugar se sitúan las baguettes, (con un cuota del 10% y creciendo), seguidas por las chapatas (7%) y los panes de payés (4%).

Aunque todavía con una importancia reducida, han aparecido en los últimos años algunas oportunidades de mercado que muestran muy buenas perspectivas de crecimiento. La más importante de esas nuevas producciones es la constituida por los panes especiales y artesanos, que son cada vez más demandados por un contingente significativo de consumidores. Esto ha hecho que aparezcan nuevos obradores y tahonas que proporcionan ofertas muy diversificadas de elevada calidad y de mayor valor añadido.

Según los datos del Ministerio de Agricultura (Informe del Consumo Alimentario), en 2019 en los hogares españoles se consumieron 1.433,4 millones de kilos de pan, un 1,4% menos que un año antes. El valor de este consumo (que incluye datos de pan fresco, congelado,

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Europastry, S.A. *	580
Grupo Panstar	320
Monbake Grupo Empresarial, S.A.U	319
Ingapan	64,2
CSM Iberia, S.A	48
Grupo Atrian	46,5
Patisart	42,7
Grupo Gourmet Okin	39
Forns Valencians, S.A. (Forvasa)	30
Panaderías Nuevas de Santander, S.L	35

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

envasado, a granel, industrial fresco e industrial seco), se elevó a 3.486,4 millones de euros.

El consumo per cápita descendió un 2,5% hasta 31,08 kilos y del volumen total consumido, el 74,7% era pan fresco normal; el 13% industrial fresco y el 6,3% integral, entre otros panes. Con relación a 2018, sólo aumentó el consumo de pan integral, fresco sin sal e industrial seco.

Galicia, Asturias, Castilla y León y Navarra fueron en 2019 las regiones con un mayor consumo de pan en los hogares, mientras que Aragón, Madrid y Cataluña destacaron por un consumo inferior a la media.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del pan está muy atomizado, ya que hay un gran número de pequeños y medianos

operadores, muy a menudo de carácter casi artesanal, que conviven con obradores industriales.

En el segmento del pan fresco se aprecia más esa atomización del sector. Se estima que se encuentran activas unas 10.400 empresas, de las que sólo un 5% genera más de 20 puestos de trabajo.

También hay unos 150.000 puntos de ventas de productos de panadería, en una amplia red de comercio minorista, aunque cada vez es mayor la aparición de puntos de venta específicos dentro del librespervicio (hipermercados y supermercados).

En el caso de las empresas de masas congeladas, la situación es radicalmente distinta, ya que el sector empresarial está formado por grandes grupos y los procesos de concentración resultan muy acusados. Así, por ejemplo, el mercado de panes industriales se lo reparten básicamente cuatro compañías multinacionales de muy grandes dimensiones. El primer fabricante y distribuidor de masas congelados registra una producción de 365.000 toneladas, mientras que el segundo llega a las 219.000 toneladas, el tercero ronda las 196.000 toneladas, el cuarto se acerca a las 48.000 toneladas y el quinto alcanza las 30.000 toneladas. ■

CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 1.433,5 millones de kilos de pan y gastaron 3.486,5 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 31,1 kilos de consumo y 75,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (25,2 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 23,2 kilos per cápita. En términos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 78,0% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (59,0 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 5,9 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,1 kilos per cápita).



En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 21,9% restante y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (12,5% del gasto). ■

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PAN	1.433,5	31,1	3.486,5	75,6
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.160,6	25,2	2.720,9	59,0
PAN FRESCO INTEGRAL	89,8	1,9	217,7	4,7
PAN FRESCO NORMAL	1.070,8	23,2	2.503,3	54,3
PAN INDUSTRIAL	272,9	5,9	765,5	16,6
PAN INDUSTRIAL FRESCO	190,3	4,1	434,5	9,4
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	25,8	0,6	62,6	1,4
PAN INDUSTRIAL NORMAL	132,8	2,9	279,9	6,1
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	31,7	0,7	92,0	2,0
PAN INDUSTRIAL ENRIQUECIDO	81,4	1,8	193,0	4,2
PAN INDUSTRIAL SECO	82,6	1,8	331,0	7,2

Diferencias en la demanda

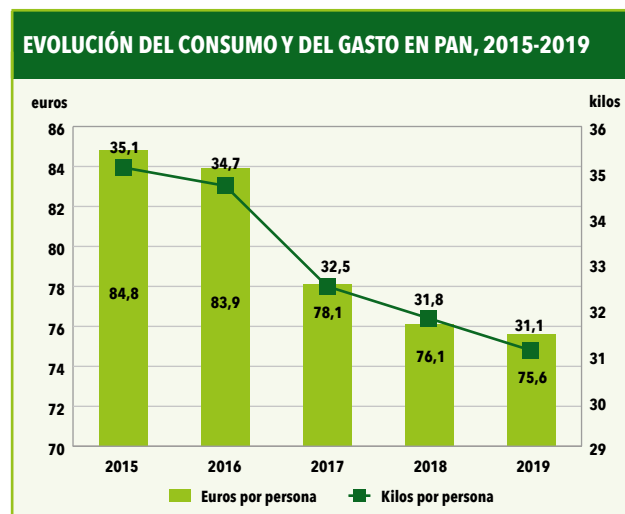
En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños menores de 6 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 con menor consumo se asocian a los hogares de cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de pan, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos, jóvenes independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Navarra y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Extremadura y Madrid. ■

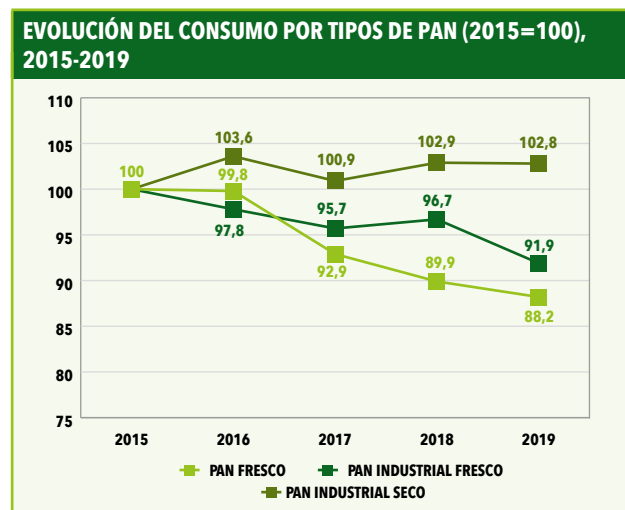


Evolución de la demanda

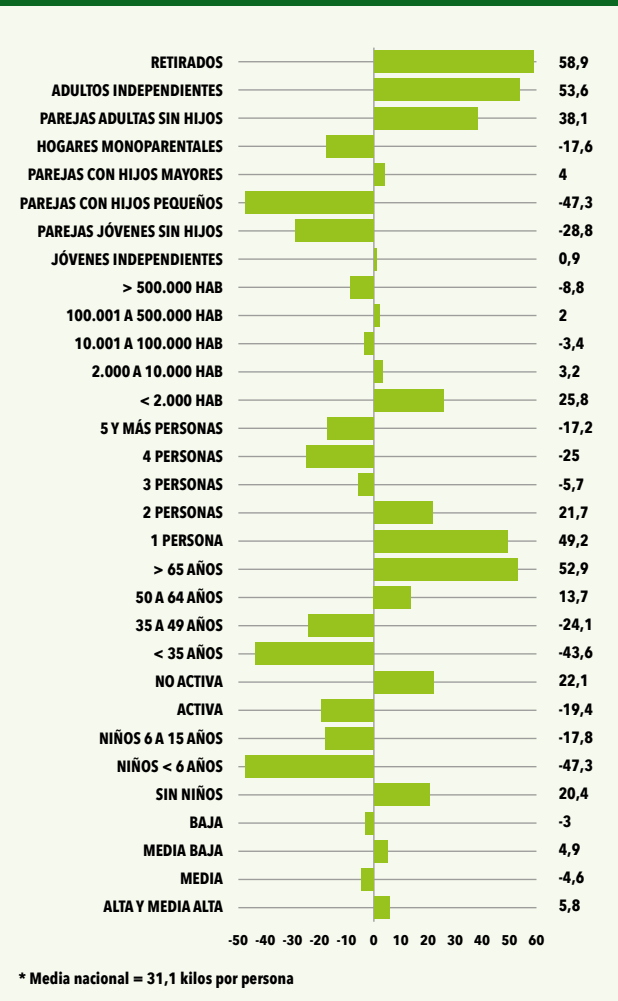
Durante los últimos cinco años, el consumo de pan ha caído 4,1 kilos por persona y el gasto ha descendido 8,9 euros per cápita. En el periodo 2014-2018, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2014 (35,9 kilos y 85,0 euros por consumidor).



En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de pan industrial seco aumenta mientras que, por el contrario, en el pan fresco y el pan industrial fresco se produce un descenso. ■



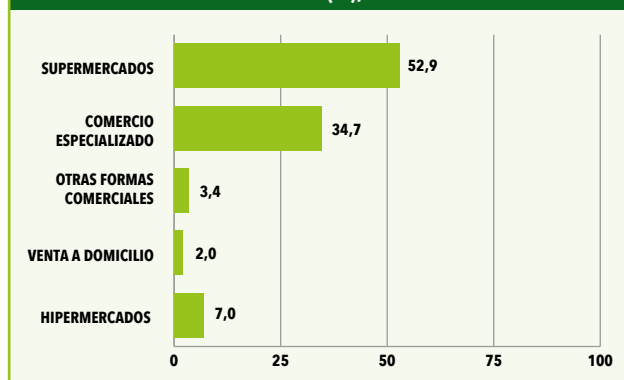
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



Cuota de mercado

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (52,9% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 34,7% y el hipermercado llega al 7,0%. La venta a domicilio de pan supone un 2,0% sobre el total y el resto de canales concentran un 3,4% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PAN POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



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

ANDALUCÍA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

PAN DE ALFACAR *

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GOFIO CANARIO *

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PA DE PAGÈS CATALÀ *

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA

PAN

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CEREALES DE INVIERNO

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL *

CASTILLA Y LEÓN

MARCAS DE GARANTÍA

HARINA TRADICIONAL ZAMORANA

PAN DE VALLADOLID

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CEA *

TARTA DE SANTIAGO *

PAN GALEGO / PAN GALLEGO

LA RIOJA

PAN SOBAO DE LA RIOJA

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

Pan de Cruz de Ciudad Real

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

"Pan de Cruz de Ciudad Real"



Indicación Geográfica Protegida

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

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

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

Pan de Cea

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

Pa de Pagès Català

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

CARACTERÍSTICAS: Es un pan tradicional, redondo, girado, rústico, que presenta un gran aroma y sabor, y mantiene la sensación de frescor y

una textura agradable muchas horas. La corteza es gruesa y crujiente; tiene un color Dorado con un cierto agrietado. La miga de alveolado grande e irregular es esponjosa.

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

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



Gofio Canario

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

Escanda Asturiana

(Escanda d'Asturies)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

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



De acuerdo con la Encuesta Industrial de Productos que publica cada año el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de galletas y barquillos alcanzó en 2019 las 529.487 toneladas, un 5% más que en el año anterior, por un valor de 1.037,4 millones de euros (3% más).

De la producción total de galletas, el grueso tanto en valor como en volumen fueron los dulces sin recubrir con cacao. En 2019 la producción de estas galletas aumentó un 2% hasta las 322.361 toneladas, por un valor de 587 millones de euros, ligeramente por debajo del año anterior.

El grupo de galletas cubiertas con chocolate fue el segundo en importancia (179.358 toneladas) y también experimentó un crecimiento en volumen del 8% y en valor del 7%.

Según los datos de la Asociación Española del Dulce (Produlce) la principal partida en valor que se comercializa en el mercado nacional es la de galletas de meriendas, con un porcentaje del 26% del total, seguidas muy de cerca por las de desayuno familiar (24%) y las de desayuno infantil (22%). A continuación, se sitúan las galletas sa-

lud (14%), las especialidades de adultos (6%), las saladas (6%) y los surtidos (2%). ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector del dulce es paradigma de convivencia entre unas pocas grandes empresas, nacionales y multinacionales, con otros cientos de pequeñas empresas, que operan en ocasiones en un ámbito muy regional o en nichos de mercado muy concretos.

Así, según Produlce, en el sector conviven empresas de ámbito global y marcas reconocidas en todo el mundo, con una variada oferta de obradores con pequeñas producciones y en muchos casos, con productos emblemáticos. La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector empresarial de las galletas. El grupo más importante del sector registró en 2019 unas ventas de 577 millones de euros, mientras que el segundo llegó a los 550 millones de euros, el tercero a los 390 millones

de euros. Todas estas cifras son ventas totales del grupo empresarial, no exclusivamente del sector de las galletas. En cuarta posición en cuanto a facturación se situó otro gran grupo con tradición galletera, que facturó cerca de 387 millones de euros y por debajo se situaron otras seis empresas, con facturaciones que fueron desde los 100 millones de euros a los 4,5 millones.

La modernización de los procesos productivos y la necesidad de innovar en ofertas y presentaciones ha obligado a las principales empresas del sector a efectuar importantes inversiones.

Las marcas de distribución (MDD) han adquirido una gran importancia en este mercado, especialmente en segmentos como el de las galletas de desayuno donde acaparan casi el 59% de la cuota. En el caso de las especialidades, esos porcentajes son menores. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior se ha convertido en elemento clave para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector español de galletas. Además, el mercado exterior crece mucho más que la demanda interna, que da muestras de una clara atonía.

Según los datos de Comercio, en 2019 se exportaron más de 127.882 toneladas de galletas dulces, incluidas los barquillos, lo que supuso un crecimiento del 8% con respecto a los datos del año anterior.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE GALLETAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto Siro Foods, S.L.*	577
Mondelez España Grupo *	550
Grupo Adam Foods, S.L (Cuétara, Artiach, etc.)*	390
Galletas Gullón, S.A, Grupo	387
Nutrition & Santé Iberia, S.L	100
Arluy, S.L.U Grupo	58,5
La Flor Burgalesa, S.L	18,7
Quely, S.A	17,1
Dicarcono, S.L	11
Galletas Asinez, S.A.	4,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

Por áreas geográficas, la Unión Europea acapara el 75% de todo este comercio, seguida a mucha distancia por América (10%) y Asia (6%). Otros destinos, básicamente de países africanos, representan el restante 6,6%. Portugal, Alemania y Francia aparecen como los principales mercados de destino dentro de la Unión Europea.

Las importaciones son mucho menos importantes. En 2019 se situaron en unas 71.188 toneladas, un 1% más que en el año anterior. Los principales proveedores de España son otros países de la Unión Europea (98%), entre los que sobresalen Alemania, Italia y Francia en cabeza. ■

PASTELERÍA INDUSTRIAL

Desde hace años, el mercado de bollería y pastelería en España muestra claros síntomas de madurez y registra muy pequeñas oscilaciones. En general, el sector busca abrir nuevos mercados y generar más valor añadido con la gama de productos sin azúcar o el uso de materias primas locales.

En el ámbito empresarial, el año 2019 se caracterizó por grandes movimientos relacionados con el cambio de dueño o de denominación en algunas de las empresas punteras del sector.

Según los datos de Produlce, en el sector se ha producido un crecimiento en el valor del consumo aparente (un 2%, hasta los 946 millones de euros), frente a una caída del volumen del 1,5% hasta las 207.800 toneladas.

Los datos que maneja el Ministerio de Agricultura van en el mismo sentido (disminución del volumen consumido), pero la consultora IRI en su informe con datos a mayo de 2019 estima ya un aumento de las ventas en la distribución organizada, así como también de su valor (3,3% y 1,8%).

Dentro del mercado nacional de la bollería, las magdalenas acaparan el 82% de todas las ventas en valor, mientras que el restante 18% de la cuota corresponde a la pastelería y los snacks dulces.

Los datos manejados por la consultora IRI hasta el mes de mayo 2019 indican que la evolución de las ventas de estos dulces sigue mejorando y que el producto se ha convertido en una apuesta segura para las empresas que operan en el mercado. En ese período, las ventas de magdalenas en la distribución organizada habrían aumentado un 3,8% en valor, hasta los 6 millones de euros. Por tipos de magdalenas, las más demandadas son las redondas las más demandadas, con más de 60% del total vendido.

Otro segmento dentro de la bollería que tuvo buenos resultados en 2019 fue el de las masas fermentadas (brioches, medias noches, panes de leche, etc.), que crecieron en consumo por encima de la media del grupo, a pesar de ser productos ya muy maduros.

Igualmente, en los datos referidos a los primeros meses de 2019 destacó el auge de dulces con cobertura como las palmeras o los lazos, frente a la caída de las referencias con crema en su interior.

Uno de los productos que sigue teniendo un comportamiento dinámico es el de las referencias “sin azúcar” y las ecológicas. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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

Las primeras empresas del sector forman parte de grupos cuya actividad se extiende a otros sectores relacionados con el mundo de la pastelería y el dulce.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto SIRO Foods, S.L.	577
Panrico S.A.U	395 (1)
Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. *	390
Grupo Bimbo *	365
Vicky Foods Products (*)	352
Granja San Francisco, S.L. *	29,7
Codan, S.A.	26
Dulca, S.L	19,9
El Pequeño Molino	22
Grupo Inés Rosales	14
Indus. Pastelera San Narciso S.A. (INPANASA)	14,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones. ⁽¹⁾ Estimación.



Aunque no es la primera en facturación si tenemos en cuenta el cómputo global de sus sectores, Vicky Foods es la principal empresa productora, con un volumen anual que superó en 2019 las 103.000 toneladas y una facturación total superior a los 352 millones de euros, de los cuales el 78% procedería de la pastelería industrial. La segunda empresa productora de este tipo de pastelería llegaría, según estimaciones a 74.000 toneladas.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado y acaparan el 70% de las ventas en volumen y el 54% en valor (en ambos casos, porcentajes superiores a los del año precedente).

La primera oferta marquista (MDF) tiene unos porcentajes respectivos del 8,7% y del 15,5%, mientras que la segunda marca llega al 5,4% en volumen y el 4,7% en valor (en este caso, por debajo de los niveles de 2018).

Las restantes empresas que comercializan con su propia marca se reparten en cuotas bastante pequeñas los restantes porcentajes. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos de bollería y pastelería continúa siendo muy negativo para nuestro país, a pesar de los importantes esfuerzos realizados por los principales operadores del sector y del crecimiento experimentado por las exportaciones durante los últimos años. Las exportaciones apenas suponen en la actualidad el 5% de todo el mercado en volumen, pues parecen existir algunos factores objetivos que dificultan las exportaciones (las caducidades de muchos productos y los problemas de transporte, principalmente).

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 619,3 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales, y gastaron 2.835,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,4 kilos de consumo y 61,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (5,8 kilos por persona y año), seguido de las galletas

Los países de la Unión Europea constituyen el principal mercado de destino de este comercio exterior, con una cuota conjunta del 89% de las ventas totales. Entre los países de destino destacan Francia, Portugal y Reino Unido, cuyas importaciones de dulces españoles han crecido notablemente en los últimos años.

Otros países a los que también se exportan estos productos, a mucha distancia de la UE, son algunos países del norte de África y de América.

Las importaciones están muy vinculadas a las estrategias comerciales de las grandes cadenas de distribución alimentaria que se abastecen de productos elaborados en otros países de la Unión Europea. En el último año, se importaron más de 30.000 toneladas de productos de pastelería industrial. ■

(5,3 kilos per cápita) y de los cereales (1,6 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 47,7%, con un total de 29,4 euros por persona, las galletas el 30,6% con un total de 18,8 euros por persona, y los cereales, con un porcentaje del 10,0% y 6,1 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	619,3	13,4	2.835,5	61,5
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	268,1	5,8	1.353,8	29,4
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	202,8	4,4	918,4	19,9
BOLLERÍA Y PASTELERÍA A GRANEL	65,3	1,4	435,4	9,4
GALLETAS	242,9	5,3	866,7	18,8
GALLETAS ENVASADAS	242,0	5,2	859,3	18,6
GALLETAS SALADAS	9,9	0,2	43,3	0,9
GALLETAS DULCES	232,1	5,0	816,0	17,7
GALLETAS GRANEL	0,9	0,0	7,5	0,2
CEREALES	72,5	1,6	283,1	6,1
CON FIBRA	18,4	0,4	72,2	1,6
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	35,7	0,8	331,9	7,2

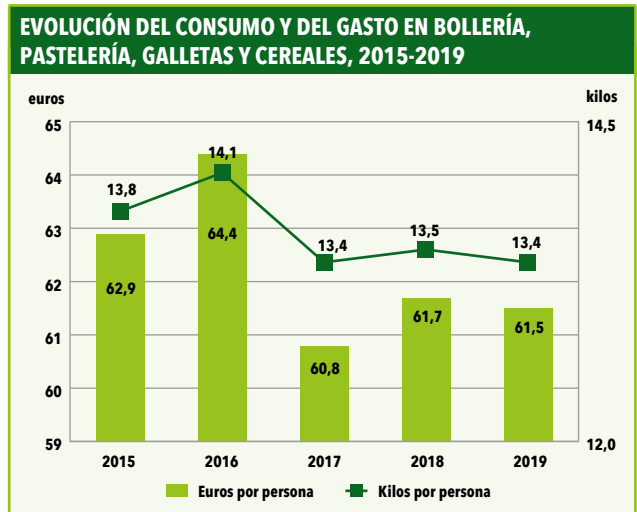
Diferencias en la demanda

En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

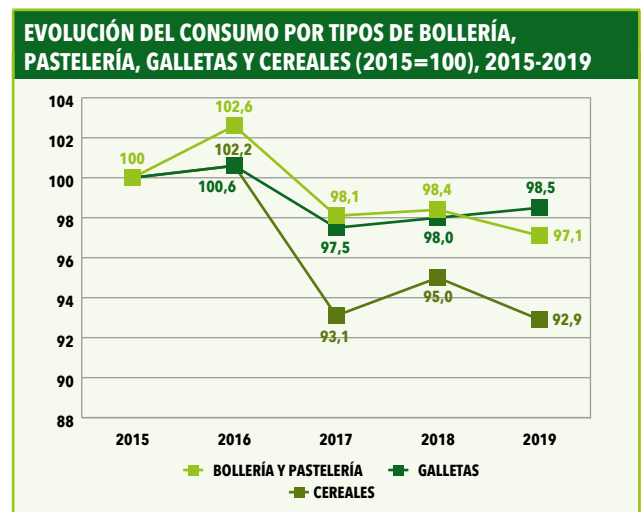
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 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 se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los menores consumos tienen lugar en los menores núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, hogares monoparentales y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Galicia, Cantabria y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Extremadura y Andalucía. ■

Evolución de la demanda

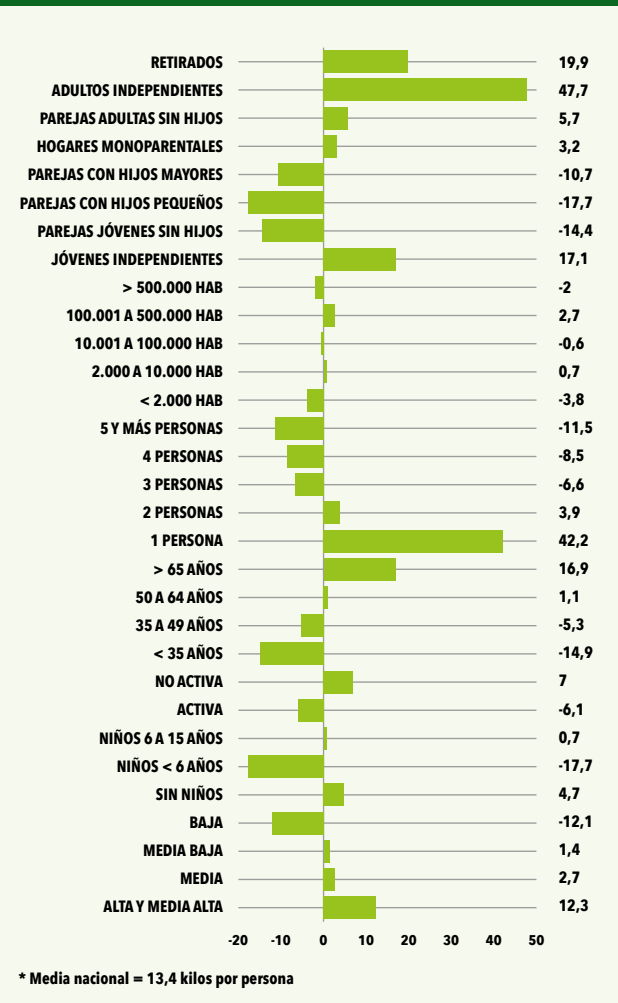
Durante los últimos cinco años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales se ha minorado (ha descendido 1,4 kilos por persona) mientras que el gasto es prácticamente el mismo (retroceso de 0,4 euros). En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2016, con 14,1 kilos por persona y 64,4 euros por consumidor.



En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido bastante parecido en todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de bollería y pastelería, galletas y cereales parece haberse recuperado en los últimos años aunque sigue por debajo de los niveles de 2015. ■



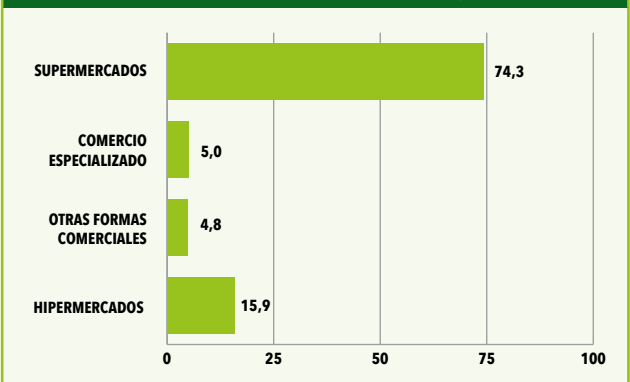
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BOLLERÍA, PASTERERÍA, GALLETAS Y CEREALES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (74,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,9%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 5,0%. Las otras formas comerciales acaparan el 4,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTERERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



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 RUSSO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE BALSAS

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA FLORENTINA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

BALEARES**INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA**

ENSAIMADA DE MALLORCA *

**CANTABRIA****INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA**

SOBAO PASIEGO *

CASTILLA Y LEÓN**INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA**

MANTECADAS DE ASTORGA *

MARCAS DE GARANTÍA

HORNAZO DE SALAMANCA

TORTA ARANDA

CATALUÑA**MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"**

BOMBONES DE CHOCOLATE

GALETES (GALLETAS)

COMUNIDAD VALENCIANA**MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS**

ALAJÚ

PERUSA

TORTA DE GAZPACHO

TORTA DE PENJAR

LA RIOJA**REGISTRADO Y CERTIFICADO**

GALLETAS

* Inscrita en el Registro de la UE

Alfajor de Medina Sidonia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

Ensaïmada 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 Ensaïmada 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 Ensaïmada 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 Pisuëña y el área de influencia de dichos ríos. Dicha zona se encuentra situada en la zona centro de la comunidad autónoma de Cantabria.

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

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

CEREALES PARA DESAYUNO



El consumo de cereales para el desayuno está experimentando grandes cambios en los últimos años, tanto a nivel nacional como internacional.

La demanda se decanta por productos más saludables y las industrias se encuentran inmersas en un proceso de renovación de sus ofertas, intentando adaptarlas a esos nuevos gustos y perfiles de los consumidores.

Así, las presentaciones que están registrando un comportamiento más positivo en el mercado están relacionadas con la salud: productos sin gluten, integrales, sin azúcar, con fibra, etc. Desde hace años, se ha impuesto la disminución del azúcar y la sal en la elaboración de sus producciones.

En cuanto a los formatos, las barritas van ampliando su cuota de mercado, aunque los clásicos se mantienen.

Se estima que la producción de cereales para el desayuno superó las 75.500 toneladas en 2019, por un valor próxima a 300 millones de euros. Si se incluye la aportación del segmento de las barritas de cereal, el valor generado por este sector podría superar los 400 millones de euros al año.

En los últimos años, los cereales destinados al público adulto son los más demandados y acaparan ya el 55% de

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto Siro Foods, S.L.*	577
Galletas Siro, S.A.*	270,8
Hero España, S.A.*	173
Kellogg España, S.L.*	131
Artenay Bars SAS	52
Cereal Partners España, A.E.I.E.	33
Comercial Masoliver, S.A.*	25
Weetabix Ibérica, S.L.	7,5
Jijona, S.A.*	3,3
Esgir, S.L.	3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

todas las ventas. A continuación aparecen los cereales infantiles, con una cuota del 38% y los cereales familiares, que representan el restante 7%.

Según los datos del Panel de Consumo que elabora anualmente el Ministerio de Agricultura, en 2019 disminuyó el consumo per cápita en los hogares un 2,5%, has-

ta 1,57 kilos. El volumen total consumido disminuyó un 1,5% respecto al del año anterior (72,5 millones de kilos) y su valor cayó un 0,9% (283 millones de euros).

Del volumen consumido, el 25,5% fueron cereales integrales y el resto convencionales. Con respecto al consumo de un año antes, en 2019 se produjo un aumento del 26,6% en los de fibra y una caída del 8,3% en el resto.

Los hogares que claramente más cereales de desayuno consumen son los que tienen un responsable de la compra menor de 35 años. En estos hogares, el consumo es un 10% superior al promedio.

En cuanto a las regiones, Madrid, Murcia, Canarias, Baleares y Galicia son las que registran un consumo per cápita por encima de la media, mientras que Extremadura, Aragón, La Rioja y Asturias son la que tienen un consumo por debajo. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La organización que representa los intereses de las empresas del sector es la Asociación Española de Fabricantes de Cereales en Copos o Expandidos, (AEFC), es una organización profesional de carácter sectorial y ámbito nacional.

Desde su creación en el año 1988, la AEFC ha trabajado para dar a conocer el papel de los cereales en la alimentación y fomentar hábitos saludables para el desayuno, como parte de una dieta equilibrada y de un estilo de vida sano. El mercado de cereales para desayuno a nivel mundial, y también en nuestro país, se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos con estrategias globales de comercialización.

Junto a estos grandes operadores, aparecen también empresas de sectores afines, como las galletas y la pastelería industriales, que han abierto una línea de negocio específica para cubrir esta demanda.

Así, por ejemplo, la primera empresa del sector por su facturación tiene su principal fortaleza como grupo en el mercado de galletas. Registró en 2019 unas ventas totales superiores a los 577 millones de euros. El segundo grupo, también galletero llegó hasta casi los 271 millones de euros ese año; el tercero rondó los 173 millones de euros; el cuarto se situó en 131 millones de euros y el quinto alcanzó los 52 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que representan el 62% del to-

das las ventas de cereales para adultos y el 48% en valor. Por su lado, la primera marca de fabricante (MDF) tiene unos porcentajes del 23% y el 32% respectivamente.

En el caso de los cereales infantiles, las MDD controlan el 69% del total de ventas en volumen y el 57% en valor, frente a unas cuotas del 16,5% y del 21,3% de la primera oferta con marca propia. ■

COMERCIO EXTERIOR

El predominio en este sector de grupos multinacionales con muchas filiales impide que algunos movimientos comerciales queden reflejados estadísticamente como exportaciones o importaciones.

Así, por ejemplo, hay una empresa que tiene su centro de producción en Portugal y desde allí abastece a España, mientras que hay otras empresas que tienen sus plantas de producción en el territorio nacional y desde aquí abastecen el mercado europeo. Por tanto, los datos de comercio resultan forzosamente imprecisos.

En términos muy generales, se estima que las exportaciones españolas de cereales para desayuno se acercan a las 50.000 toneladas, por un valor de 60 millones de euros. Se trata de un comercio básicamente intracomunitario, donde destacan las ventas a Francia, Reino Unido y Alemania.

Por su lado, las importaciones tienen bastante menos importancia y parecen estar muy relacionadas con las estrategias comerciales de algunas de las grandes cadenas de la distribución alimentaria. ■



PASTAS ALIMENTICIAS

El sector de la pasta vivió el año 2019 pendiente de la subida del precio mundial del trigo, materia prima básica para la industria. Además, se consolidaron las tendencias hacia una producción más ecológica y en el plano empresarial, una gran empresa familiar de larga tradición se vendió a un fondo de inversión.

El sector de la pasta se divide entre seca y fresca. El mercado español de pastas alimenticias registró una caída que cambió la tendencia ascendente de los últimos años. Según la consultora Kantar (Worldpanel Alimentación), el volumen de pastas alimenticias descendió entre junio de 2019 y julio de 2019, un 0,8% hasta llegar a 178.000 toneladas, cuyo valor fue de 347 millones de euros, un 0,4% más. De esa cantidad, prácticamente 164.000 toneladas fue pasta seca, un 1,4% menos que en el mismo período móvil del año anterior. En valor, la pasta seca alcanzó un valor de 264,6 millones de euros, un 0,5% menos que en el período anterior.

Dentro del grupo de la pasta seca, las presentaciones clásicas fueron las más demandadas. La más consumida fue los fideos (23% del total), seguida de los espaguetis, los macarrones, las otras pastas de tenedor, cuchara y los tallarines. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración dentro del sector español de pastas alimenticias es muy acusada. El mercado está dominado por algunas empresas españolas especialistas, en ocasiones vinculadas a sectores afines, como las galletas o las harinas, junto a grupos multinacionales, muchas veces de origen italiano, y algunos especialistas en algunas ofertas muy determinadas.

La empresa más importante del sector de las pastas alimenticias produjo unas 135.300 toneladas anuales, con una facturación de 183 millones de euros. La segunda empresa del sector llegó hasta una producción de 89.000 toneladas y los 59,1 millones de euros; la tercera alcanza las 85.000 toneladas y los 75 millones de euros; la cuarta rondó las 49.000 toneladas y los 36 millones de euros y la quinta se sitúa en 6.600 toneladas y 40 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el mercado de la pasta seca pues compiten con un precio más barato. Así, representan el 68% del total de ventas en volumen de la pasta de tenedor y el 52% en valor, mientras que la primera oferta con marca propia se queda en el 21% y el 26% del total, según datos de distintas consultoras. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Comercial Gallo, S.A	183
Oromás, S.A	59,1
Cerealto Siro Foods, S.L	75
P. Alimenticias Romero, S.A	36
Rana Hispania, S.A	40
Barila España, S.L	11,5
Ebro Foods (Pasta Garofalo)	10,4
Comercial CBG, S.A	8,5
Andrés Megías Mendonza, S.A*	7,5
Delisur Europa S.L	4,7
C. De Alimentación PAPSA, S.L	1

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

PASTA FRESCA

El mercado de pasta fresca en nuestro país se acercó en 2019 a las 13.700 toneladas, un 14% más que en el año anterior, según las estimaciones de la consultora IRI. Su valor también se incrementó hasta los 96 millones de euros, un 10% más. Otras consultoras coinciden en la tendencia alcista de la producción de pasta fresca, aunque no en los porcentajes.

Al igual que en años anteriores, en 2019 crecieron especialmente las ventas de pasta fresca rellena, que es la más demandada por los consumidores españoles. Un hecho que propicia el aumento del consumo de este tipo

de pasta es que se encuentra muy disponible en supermercados e hipermercados.

Las MDD han adquirido una gran importancia en el caso de las pastas frescas. En 2019, acapararon el 68,4% de todas las ventas en volumen y el 54,6% en valor, unos porcentajes superiores a los del año precedente, según las estimaciones de la consultora IRI.

La primera oferta con marca de fabricante (MDF) llegó hasta el 24% y el 36% respectivamente, mientras que la segunda se quedó en el 3,9% y el 5,6% respectivamente. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los principales grupos que dominan el mercado español de la pasta fresca son de origen italiano. La empresa más importante tiene una producción de 5.100 toneladas y unas ventas de 30 millones de euros.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2019 se produjo un aumento de las importaciones nacionales.

El volumen de producción de las principales empresas españolas del sector de pastas alimenticias no puede ser absorbido por la demanda interna, por lo que las exportaciones se han convertido en un elemento estratégico para asegurar la sostenibilidad de los negocios. Tradicionalmente, el comercio exterior de pastas alimenticias estaba

dominado por las grandes compañías italianas pero, en los últimos años, algunos grandes grupos españoles han conseguido arañar cuotas significativas en este mercado. ■

COMERCIO EXTERIOR

Se estima que las exportaciones españolas de pasta alimenticia rondaron las 103.073 toneladas en 2019. El principal destino de las ventas fue la UE, aunque cada vez hay más países que importan pasta alimenticia de España fuera del mercado comunitario.

En 2019, las exportaciones a Francia representaron un 62% del total; las que fueron a Portugal, el 14,8% y las que llegaron a Países Bajos, el 6,5%.

Lo más habitual es que esas exportaciones estén compuestas en su gran mayoría por partidas de pasta seca de escaso valor añadido.

Las importaciones son mucho menos importantes en volumen (80.636 toneladas en 2019), pero en valor rondan los 590 millones de euros, ya que predominantemente están compuestas por partidas de pastas frescas, pastas ecológicas y pastas rellenas de alto valor añadido. El principal país abastecedor de este tipo de pastas para el mercado español es Italia (57,2%) del total, seguido de Francia (8,77%) y de Bélgica (6,9%). ■

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 191,3 millones de kilos de pastas y gastaron 369,2 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,1 kilos de consumo y 8,9 euros de gasto. ■



CONSUMO Y GASTO EN PASTAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PASTAS	191,3	4,1	369,2	8,0
PASTAS ALIMENTICIAS	187,6	4,1	350,0	7,6
PASTA SECA	174,2	3,8	263,7	5,7
PASTA FRESCA	13,4	0,3	86,2	1,9
PASTAS GRANEL	0,8	0,0	1,8	0,0
PASTAS ENVASADAS	186,8	4,0	348,2	7,5
PASTAS PARA RELLENAR	3,7	0,1	19,2	0,4

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

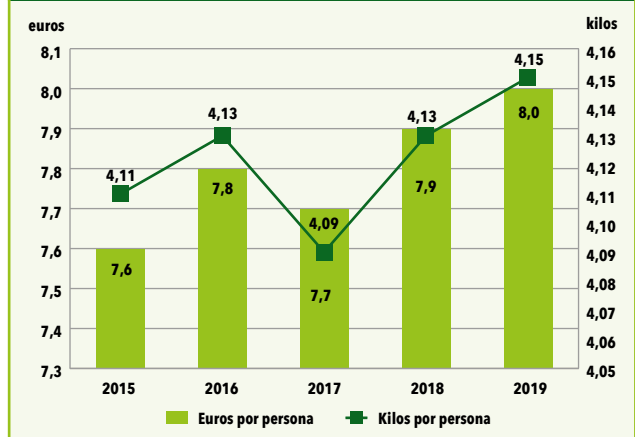
En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 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 una edad comprendida entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los núcleos familiares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en municipios de 100.000 a 500.000 habitantes cuentan con menor consumo per cápita de pastas, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, retirados, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos, presentan los consumos más bajos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Extremadura y, sobre todo, a La Rioja. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

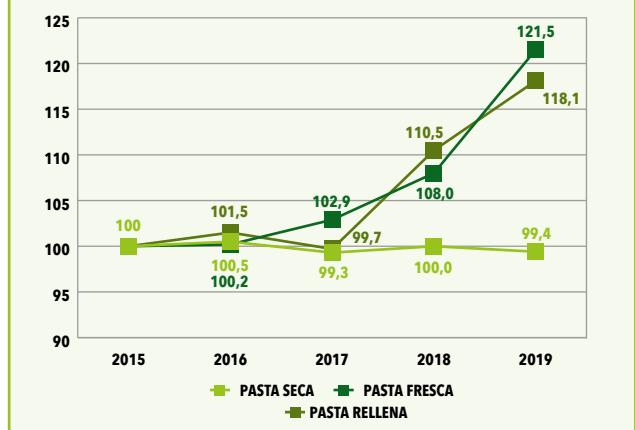
Durante los últimos cinco años, el consumo se ha mantenido estable y el gasto ha experimentado un incremento de 40 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produce en el año 2019 con 4,15 kilos por persona, mientras que el mayor gasto también se registró en el ejercicio 2019 (8,0 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PASTAS, 2015-2019

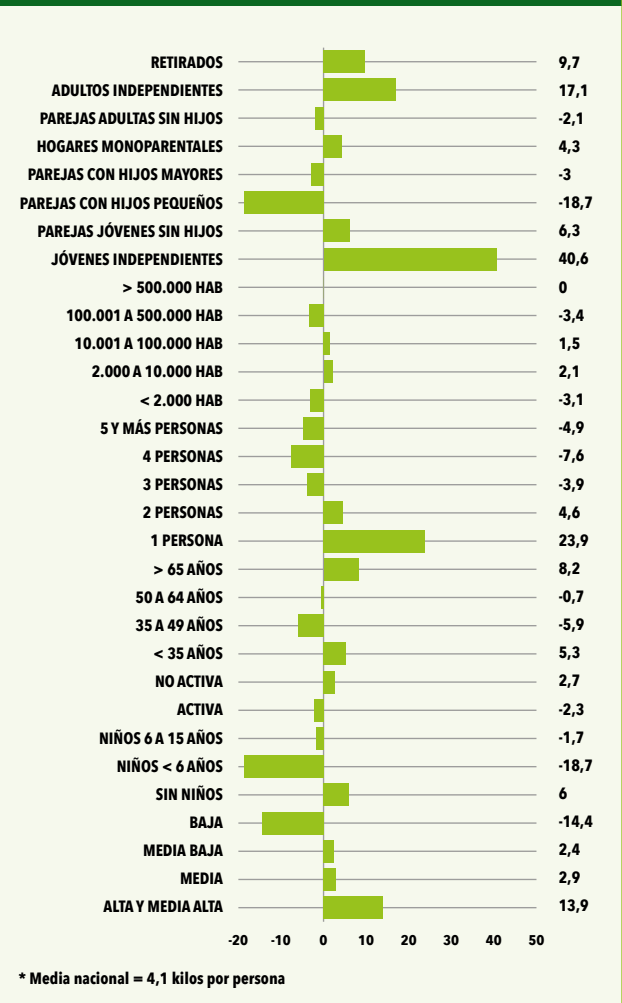


En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque en línea ascendente en casi todos los casos (la excepción está en la pasta seca). Respecto a la demanda de 2015, el consumo de pasta seca y rellena ha aumentado. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PASTAS (2015=100), 2015-2019



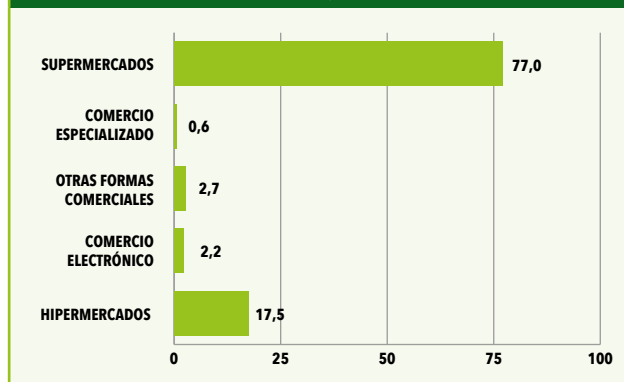
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PASTAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (77,0% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17,5% y los establecimientos especializados llegan al 0,6%. El comercio electrónico con 2,2% y las otras formas comerciales con 2,7% concentran la cuota restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



ARROZ

El mercado del arroz se mantiene muy estable en lo que a ventas se refiere. La producción y las siembras siguen la tónica descendente en un entorno cada vez más complicado, en el que la dura competencia de la oferta procedente de Asia ha llevado a la Unión Europea a reinstaurar los aranceles para el arroz japónica. Asimismo, también se están incrementando las importaciones de arroz procedente de Sudamérica.

A nivel de producción, en el último año se ha producido un cambio en el reparto de las ventas, pues el arroz redondo ha ido dejando paso en el lineal a otras variedades como el integral o el largo.

Por su parte, en el terreno de la innovación se mantiene el ascenso de las ventas de los preparados de arroz (vasitos), que acaparan toda la innovación en el sector. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español del arroz se encuentra inmerso en una gran renovación de sus ofertas, lo que obliga a las principales empresas del sector a acometer costosos procesos de mejora de sus instalaciones productivas y a invertir de manera decidida en la innovación.

Varias fuentes indican una caída continuada en los consumos de las presentaciones más clásicas (básicamente

PRINCIPALES ENVASADORES Y COMERCIALIZADORAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Herba Ricemills, SL-Ebro Foods	437,59
Maicerías Españolas, S.A.(*)	255,75
Arrocerías Pons (Grupo)	65
Coop. Cámara Arrosera del Montsiá	35
Coop. Arrozúa	40
Nomen Foods, S.L	31,59
Arroces y Cereales, S.A-Arcesa (*)	31,50
Arrocerías Rovira Ballester S.L	23
Arrocerías Antonio Tomás, S. L	4,8
Pascual Arandis Martínez, S.A-Pasamar.	1,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

del arroz redondo), mientras que aumentan las demandas de nuevas variedades, formatos y ofertas

La concentración y la penetración de capitales internacionales son dos rasgos definidores del sector empresarial del arroz. Junto a grandes compañías multinacionales encontramos algunos grupos españoles especialistas que, a menudo, tienen su origen en las cooperativas de productores.

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

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ARROZ

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE^o
(ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ARROZ

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA **/^o

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARROZ DE VALENCIA^o

MURCIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA **/^o

** Denominación compartida con otras CCAA/^o Inscrita en el Registro de la UE

El operador más importante del sector tuvo una producción de 93.000 toneladas en 2019, unas 10.000 toneladas más que en el año anterior. Este grupo tiene su sede en España, pero tiene actividad en más de 25 países. Además, la empresa es líder a nivel mundial en el sector del arroz y es también el segundo fabricante mundial de pasta.

La segunda empresa del sector envasó en 2019 unas 73.000 toneladas y es líder en marca blanca (MDD). Por su lado, la tercera empresa alcanzó las 70.400 toneladas y la cuarta se mantuvo en las 30.000 toneladas, lo mismo que en el año 2018. Entre las primeras empresas del sector hay varias cooperativas.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado y acaparan más del 70% de todas las ventas en volumen y el 57% en valor, según los datos de la consultora Nielsen.



La hegemonía de las MDD hace que existan en el sector empresas especializadas en suministrar arroz para este segmento. El grupo líder en este grupo produce unas 73.000 toneladas, el segundo se queda en 53.700 toneladas y el tercero ronda las 27.500 toneladas. ■

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 177,1 millones de kilos de arroz y gastaron 299,1 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,8 kilos de consumo y 6,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (1,8 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,7 kilos per cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 30,6% del gasto, con un total de 2,0 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados de arroz, con un porcentaje del 18,1% y un total de 1,2 euros por persona al año. ■



CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ARROZ	177,1	3,8	299,1	6,5
LARGO	31,4	0,7	27,8	0,6
NORMAL	82,9	1,8	91,5	2,0
VAPORIZADO	13,3	0,3	17,6	0,4
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	7,7	0,2	44,1	1,0
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	19,4	0,4	54,1	1,2
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	2,5	0,1	21,8	0,5
OTROS TIPOS ARROZ	19,9	0,4	42,2	0,9

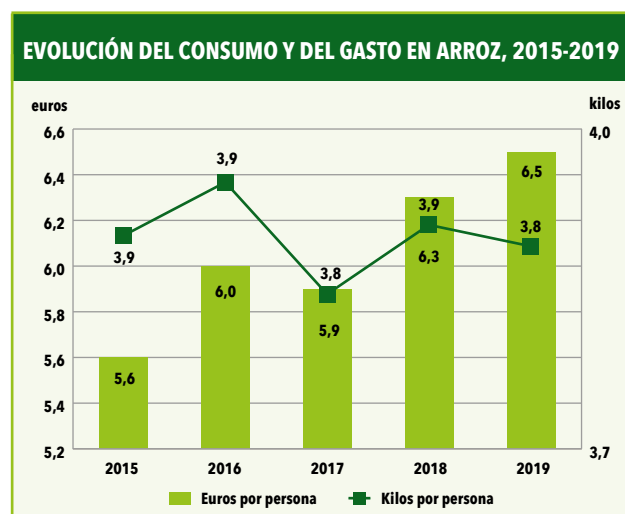
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

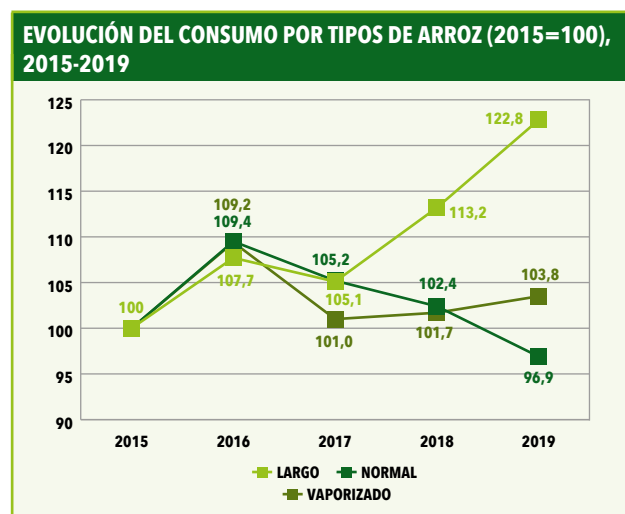
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de arroz, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

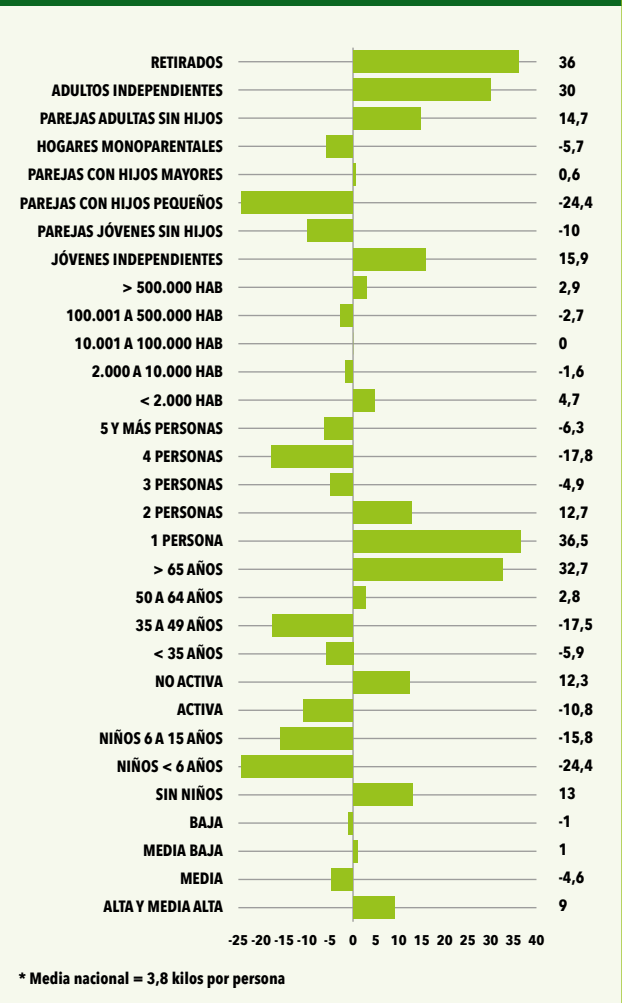
Durante los últimos cinco años, el consumo de arroz se ha mantenido estable, con alguna pequeña variación, mientras que el gasto ha aumentado 90 céntimos de euro por persona. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (3,9 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2019 (6,5 euros por consumidor).



En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de arroz largo experimenta un crecimiento, mientras que en el arroz vaporizado se produce un descenso. ■



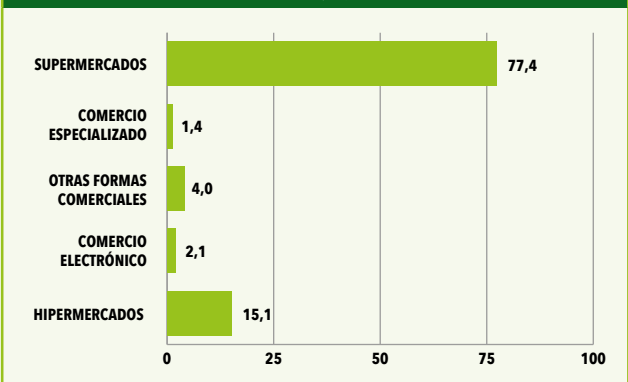
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ARROZ EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de arroz a los supermercados (77,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,1% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. El comercio electrónico tiene una cuota del 2,1% mientras que las otras formas comerciales concentran un 4,0% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



Arròs del Delta de l'Ebre

(Arroz del Delta del Ebro)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

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

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

Calasparra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

CARACTERÍSTICAS: El área de producción está delimitada por los ríos Segura y Mundo, en una zona de altitud que oscila entre los 350 y los 500 me-

tros. Los terrenos se someten a una alternancia de cultivos para no agotar la riqueza del suelo. Cada año se siembra menos del 70% de las hectáreas inscritas. El arroz que se obtiene es blanco e integral.

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

Arroz de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

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

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

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

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



LEGUMBRES

La familia de las leguminosas está formada por casi 19.000 especies distintas. Algunas se consumen en verde, aprovechándose no sólo el grano tierno, sino la parte más blanda de la vaina (habas, bisaltos, judías verdes) y otras se secan, se desprenden de la vaina (desgranar) y se guardan al abrigo de la humedad, como alimento de reserva hasta que se consumen una vez rehidratadas (las legumbres).

Las leguminosas grano son plantas que se caracterizan por su elevado contenido en proteína (lo que constituye una de las principales fuentes de aminoácidos para la alimentación humana y animal).

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

Aunque la soja también es una leguminosa se incluye, por su contenido en grasa, dentro del sector de las oleaginosas. ■

CARACTERÍSTICAS DE LAS LEGUMBRES

En este sentido, las legumbres pertenecen al grupo de las leguminosas y son exclusivamente los granos secos para alimentación, no los verdes (que se clasifican como hortalizas), ni los que se utilizan para la extracción de aceite y para siembra.

El término legumbre procede del latín “legumen” que designa a las semillas comestibles. Las legumbres han sido parte esencial de la dieta humana durante siglos y está probado que ya se consumían 8.000 años antes de Cristo. Las legumbres son bastante parecidas entre ellas en su composición de nutrientes. Estas producciones son una fuente esencial de proteínas y aminoácidos de origen vegetal. Entre sus propiedades nutricionales destacan que tienen un alto contenido en hierro y zinc, un bajo contenido en grasa y que son ricas en fibra.

Se consideran alimentos nutricionalmente recomendables teniendo en cuenta su composición en proteínas (a igualdad de pesos, aportan más proteína que la carne o el pescado), hidratos de carbono, lípidos, fibra, minerales y vitaminas.

Además, las legumbres consumen muy poco agua en comparación con otras fuentes de proteína y son plantas leguminosas que tienen la propiedad de fijar el nitrógeno, lo que puede contribuir a aumentar la fertilidad del suelo y a eliminar de forma indirecta las emisiones de gases de efecto invernadero.

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

PRODUCCIÓN NACIONAL

En la campaña de comercialización 2019, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 361.900 hectáreas, un 10% menos que en la campaña anterior, que también registró un descenso importante de las siembras.

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

Junto con la reducción de las siembras se produjo una caída de la producción de todos estos cultivos. Así, se cosecharon 399.2000 toneladas en total, un 39% menos que un año antes.

Por volumen, la producción principal fueron los guisantes secos y la región con mayor producción en general fue un año más Castilla-La Mancha, seguida de Castilla y León. Respecto a la Unión Europea, el cultivo de leguminosas para consumo humano tiene una gran tradición debido a que estos cultivos hacen rotaciones con los cereales. Los principales cultivos proteínicos que se cultivan en la UE son los guisantes, los frijoles y los altramuces.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMINOSAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2017	2018	2019
JUDÍAS SECAS	19,8	17,1	15,1
LENTEJAS	24,4	42,8	35,5
GARBANZOS	56,5	91,4	47,7
GUISANTES SECOS	194,3	262,5	174

FUENTE: MAPA.

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

GARBANZOS Y LENTEJAS

En España, la superficie sembrada de garbanzos en 2019 fue de 51.700 hectáreas, (un 27% menos que en 2018) y la de lentejas de 50.200 hectáreas (un 14% más que un año

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

	2017	2018	2019
MUNDO	14.777	17.191,2	11.672
UE	131,8	215,8	113
ESPAÑA	39	91,4	47,6

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	47	72,2	34,8
CASTILLA-LA MANCHA	1,8	5,6	3
CASTILLA Y LEÓN	4,5	8,7	6,2
EXTREMADURA	2,2	2,9	1,7
OTRAS CC.AA.	1,1	2	1,9
TOTAL ESPAÑA	56,5	91,4	47,6

FUENTE: MAPA.

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

	2017	2018	2019
MUNDO	7.591	6.333,3	4.999,5
UE	66,1	115,3	97
ESPAÑA	18,5	42,8	35,5

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT.

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

CC.AA	2017	2018	2019
CASTILLA-LA MANCHA	21,6	29,4	29,8
CASTILLA Y LEÓN	2,3	12,5	4,7
ARAGÓN	0,1	0,1	0,1
OTRAS CCAA	0,4	0,5	0,9
TOTAL ESPAÑA	24,4	42,5	35,5

FUENTE: MAPA.

antes). Por su lado, la cosecha de lentejas en 2019 se situó en 435.500 toneladas (un 17% menos) y la de garbanzos en 47.700 toneladas de garbanzos (48% menos).

En la producción de lenteja sobresale Castilla-La Mancha, que monopolizó el 84,2% del total nacional en 2019, con la provincia de Cuenca a la cabeza. Por su lado, en el cultivo de garbanzos destacó Andalucía (con el 73% del total en 2019 y Sevilla a la cabeza), seguida de Castilla y León, que produjo el 13% del total nacional, así como también el 13,4% de las lentejas. Otras regiones con producciones importantes son Madrid, Aragón y Extremadura.

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

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

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

JUDÍAS EN DESCENSO

En 2019 se sembraron en España un total de 9.300 hectáreas de judías, una superficie similar a la del año precedente. Asimismo, la producción ascendió a 15.100 toneladas, un 11% menos. En los años 2015, 2016 y 2017, la producción también creció significativamente, pero en 2018 ya empezó a bajar y esa tendencia se mantuvo en 2019.

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

En la Unión Europea la producción de judías secas se redujo en 2019, en consonancia con la evolución de la cosecha en España.

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

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

	2017	2018	2019
MUNDO	4.840	4.377	4.468
UE	972	879	870
ESPAÑA	19,8	17,1	15,1

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT.

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

CC.AA	2017	2018	2019
CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	0,1	0,1	0,1
ASTURIAS	0,6	0,5	0,7
CASTILLA-LA MANCHA	0,1	0,1	0,1
CASTILLA Y LEÓN	12,7	10,7	8,4
COMUNIDAD VALENCIANA	0,1	0,1	0,1
GALICIA	4,3	3,7	3,8
PAÍS VASCO	0,7	0,9	1,1
OTRAS CCAA.	1,2	1	0,8
TOTAL ESPAÑA	19,8	17,1	15,1

FUENTE: MAPA.

ples nombres dependiendo de las formas, características y colores que presentan o su origen.

Para su cultivo, la judía necesita agua y prospera adecuadamente en suelos frescos. También es sensible al frío, por lo que la siembra es primaveral en las zonas con riesgo de heladas, y tiene variedades de distinta morfología (enanas, de enrame, etc.), y en algunas se puede aprovechar también el fruto (judía verde).

En España se pueden encontrar variedades como la blanca de riñón, la blanca redonda, la plancheta, troncón, ganchet, pinet, pinta, canela, canellini, negreta, morada, judía del Barco de Ávila, de La Bañeza (León), etc.

Las judías pochas son las que han sido recogidas sin secar, mientras que el judión de La Granja (que recibe su nombre por ser una producción de La Granja de San Ildefonso, en Segovia) es otra especie, al igual que la carilla (*Vigna sinensis*) y la judía de Lima (*Phaseolus lunatus*). ■

COMERCIO DE LEGUMBRES

A pesar de que en los últimos años se han producido incrementos en la producción nacional de judías secas,

garbanzos y lentejas, las cosechas resultan claramente insuficiente para atender la demanda interior.

Tanto España como la UE son importadoras netas de leguminosas grano. En conjunto, el volumen importado por España en 2019 fue superior en un 15% al de la anterior campaña.

Por tipos de legumbre, según los datos de Aduanas en 2019 aumentaron un 9% las importaciones españolas de judías secas y lo mismo sucedió con las lentejas (4% más) y los garbanzos (9%).

Aunque las partidas fueron muy similares, el mayor volumen importado fue de garbanzos, con cerca de 57.400 toneladas en el año 2019. Le siguieron las judías con 49.000 toneladas y las lentejas con 48.500 toneladas.

Las importaciones de lentejas procedieron principalmente de Canadá y de Estados Unidos, mientras que las de garbanzos vinieron de EE.UU, México y Argentina. Finalmente, el grueso de las importaciones nacionales de judías secas procedieron también de Argentina. ■

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2017	2018	2019
JUDÍAS	39,6	45,4	49,4
LENTEJAS	74,7	46,7	48,5
GARBANZOS	41,8	52,6	57,4
HABAS	32	16,6	30

FUENTE: D.G. Aduanas.

OTRAS PRODUCCIONES

En el grupo de leguminosas más cultivadas en España, además de las legumbres, están los yeros y las vezas, destinadas a la alimentación animal. En 2019 se sembraron en España 43.400 y 81.100 hectáreas, respectivamente. En ambos casos, la superficie cultivada fue notablemente más baja que la de un año antes.

La producción de vezas rondó las 62.200 toneladas (un 54% menos que un año antes) y la de yeros las 32.400 toneladas (un 49% menos que en 2018).

Otros cultivos leguminosos son las proteaginosas (guisantes, habas, haboncillos y altramuces). En general, en 2019 tanto la superficie cultivada, como la producción disminuyeron en relación con el año precedente.

Más de la mitad de la superficie destinada a estos cultivos estaba en Castilla y León y también fueron impor-

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

	2017	2018	2019
MUNDO	16.179	13.534	11.600
UE	2.807	2.053	1.370
ESPAÑA	194,3	262,5	174

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	19,3	23,9	13,4
ARAGÓN	29,7	26,9	17,9
CASTILLA-LA MANCHA	68,1	88,2	59,5
CASTILLA Y LEÓN	24,7	76,8	41,6
EXTREMADURA	8,2	7,2	5,1
OTRAS CCAA	44,3	39,5	36,5
TOTAL ESPAÑA	194,3	262,5	174

FUENTE: MAPA.

tantes las cosechas de Castilla-La Mancha. Andalucía, Extremadura y Aragón.

El consumo de proteaginosas en España se estima en unas 350.000 toneladas. El mayor consumo se centra en el guisante, tanto de producción nacional como importado. Casi el 100% de los guisantes secos que se comercializan en España se destina a la alimentación animal, pero buena parte de las almortas y los yeros que se producen en España se utilizan también, en pequeñas cantidades, para la preparación de tortas, gachas y hasta panes.

En el sur del país, especialmente en Andalucía y en Extremadura, el altramuz se utiliza como aperitivo, eliminando la lupotoxina, una sustancia que le da su amargor característico.

Por su lado, las legumbres de inferior calidad (como ocurre con los garbanzos muy duros) pasan a la alimentación animal. ■

AUGE DEL CONSUMO DE LEGUMBRES

Las legumbres forman parte de la cocina tradicional española, pero en las última décadas, el consumo de legumbres en España se ha reducido más de un 60% y se sitúa por debajo de las cantidades recomendadas. En



este sentido, según datos del Ministerio de Agricultura, el consumo de legumbres por habitante y año en los hogares españoles ascendió en 2019 a 3,34 kilos (un 4% más que un año antes), de los cuales 1,61 kilos correspondieron a legumbres secas y 1,73 kilos a legumbres cocidas.

La legumbre más consumida por persona en 2019 fue el garbanzo, con cerca de 1,39 kilos al año y un crecimiento, del 7,3% respecto al año anterior. Las lentejas, así como las alubias rondaron cerca del kilo de consumo per cápita (0,98 kilos/persona/año y 0,94 respectivamente), incrementándose también para ambas variedades el consumo per cápita en 2019.

Actualmente, los nutricionistas recomiendan consumir tres raciones de legumbres a la semana porque son ricas en fibra, proteína y aminoácidos esenciales que sirven de complemento a los cereales.

Además, su consumo regular proporciona importantes beneficios para la salud cardiovascular y gastrointestinal. España cuenta con diez legumbres de calidad diferenciada, de elevada calidad nutricional y propiedades organolépticas únicas. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES SECAS Y COCIDAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Selección de Productos Leoneses, S.A.	72
Legumbres Luengo, S.A.	69,2
ACICO, S.A.	24
Legumbres La Cochura, S.A.	15,8
Legumbres Penelas S.L	13,7
Conservas de Autor, S.A (Autor Foods)	9,2
Legumbres Maragato, S.L	8,6
Grupo IAN	8
Grupo Riberebro	7,5
Legumbres Pedro, S.L.	7,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

LEGUMBRES

Influida por los nuevos hábitos alimentarios, la producción y comercialización de legumbres está experimentando un cierto crecimiento en los últimos años. La producción nacional está muy por debajo del consumo aparente, por lo que tradicionalmente el sector depende mucho de la importación.

Por primera vez en casi dos décadas, en 2018 se equiparó la producción nacional de legumbres con el volumen importado.

De todas las legumbres para consumo humano que se producen en España, las que más se comercializan son las lentejas.

En los hipermercados y supermercados, las ventas de legumbres secas sumaron en 2019 un monto de 76.975 toneladas, un 2,4% más que un año antes, por un valor de 142,7 millones de euros, un 1,8% más, según datos de la consultora Nielsen. La mayor partida de toda la legumbre seca comercializada fue la de lentejas (39.483 toneladas), que además creció un 4%.

En cuanto a las ventas de legumbres cocidas, durante 2019 llegaron hasta las 180.659 unidades (un 7,6% más) y su valor superó los 138,2 millones de euros (un 8,3% más). La principal partida es la de los garbanzos cocidos.

En consonancia con las tendencias que dominan el mercado alimentario, el sector de las legumbres también está acentuando el interés por la producción ecológica y de proximidad, así como por un envasado más “biodegradable”. ■

PREDOMINIO DE LA MARCA BLANCA

Las marcas de distribución (MDD) dominan el mercado de las legumbres. Según los datos de la consultora IRI, en los hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados, las MDD representaron en 2019 en 73,9% del volumen de legumbres secas comercializado (porcentaje superior al de un año antes), así como también el 61,5% del valor de esas legumbres (porcentaje ligeramente superior también al de un año antes).

Por su parte, la primera marca de productor (MDF) tuvo una cuota en volumen del 15,5% y en valor del 21,3%, también en ambos casos superiores los porcentajes a los de un año antes.

Estos datos de la consultora IRI cifraron el volumen de legumbres secas vendido en libreservicio en 57.894 toneladas y el valor en 123,4 millones de euros. Comparando con las cifras del año 2018, se produjo una caída en ambos datos.

En cuanto a las legumbres cocidas, en el libreservicio las ventas sumaron 84.576 toneladas en 2019, según la consultora IRI, con un valor de 122,1 millones de euros.

En este segmento de legumbres cocidas, las MDD acumularon el 77,5% de las ventas en volumen y el 68,6% en valor, unos porcentajes que superaron a los del año precedente. La primera marca del mercado tuvo una cuota en legumbre cocida del 11,7% en volumen y del 12,9% en valor.

Por tipos de establecimiento, en 2019 aumentaron las ventas en la gran distribución tanto de legumbres secas (2,4%), como de cocidas (7,6%), según datos de la consultora Nielsen. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente el sector empresarial de legumbres estaba compuesto por un amplio número de pequeños y medianos operadores, con cifras de producción muy modestas y un ámbito de actuación reducido. En la actualidad, la modernización del sector y el dinamismo del mercado han provocado fuertes movimientos de concentración y el auge de las marcas de distribución (MDD).

Por producción, la primera empresa del sector dentro de las legumbres secas alcanzó en 2019 un volumen de más de 56.305 toneladas, mientras que la segunda llegó hasta las 36.000 toneladas y la tercera rondó las 12.500 toneladas.

En el segmento de las legumbres cocidas, el principal fabricante registró un volumen comercializado de 29.200 toneladas peso escurrido, el segundo se situó en las 24.240 toneladas y el tercero sobrepasó las 16.500 toneladas.

La penetración de capitales extranjeros es poco significativa dentro de las principales empresas del sector. La primera empresa comercializadora de legumbres secas y cocidas facturó un total de 75 millones de euros, mientras que la segunda registró unas ventas de 70,3 millones de euros y la tercera de 27,5 millones de euros.

El resto de las 10 primeras empresas del sector alcanzan facturaciones que fueron de los 15 a los 7 millones de euros. ■

COMERCIO EXTERIOR

La producción de legumbres en nuestro país es, hoy por hoy, claramente insuficiente para abastecer a la demanda existente, por lo que recurrir a las importaciones constituye una necesidad para la supervivencia del sector. En 2019 se importaron 48.500 toneladas de lentejas, 49.500 toneladas de alubias y 57.400 toneladas de garbanzos.

Los principales vendedores de lentejas para el mercado español fueron Canadá, Estados Unidos y Portugal. En el caso de las alubias, las principales partidas provenían de Argentina, Estados Unidos y Canadá, mientras que en el caso de los garbanzos, procedían de Estados Unidos, México y Argentina, principalmente.

Las exportaciones han crecido en los últimos años y superan las 24.000 toneladas de legumbres secas. Los principales mercados de destino en el último año fueron Marruecos (31% del total), Portugal (19%), Bélgica (10,4%), Francia (10,3%), Pakistán (7%), y Egipto (6,7%).

Dentro del mercado de legumbres secas, los garbanzos constituyeron la variedad exportada más importante, con el 42% del total. A continuación, se situaron las lentejas (33,9%) y las alubias (23,8%), según datos de Comercio Exterior. ■



CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 154,0 millones de kilos de legumbres y gastaron 296,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,3 kilos de consumo y 6,4 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,4 kilos por persona y año), mientras que las lentejas alcanzan

1,0 kilo y las alubias 0,9 kilos por persona. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 40,6% del gasto, con un total de 2,6 euros por persona; las alubias el 31,2%, con un total de 2,0 euros; y las lentejas, el 28,1% y un total de 1,8 euros. ■

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL LEGUMBRES	154,0	3,3	296,2	6,4
LEGUMBRES SECAS	74,4	1,6	175,3	3,8
LEGUMBRES COCIDAS	79,6	1,7	120,9	2,6
GARBANZOS	64,2	1,4	118,9	2,6
ALUBIAS	43,2	0,9	90,2	2,0
LENTEJAS	45,0	1,0	81,6	1,8
LENTEJAS SECAS	34,1	0,7	65,1	1,4
LENTEJAS COCIDAS	10,9	0,2	16,6	0,4
OTRAS LEGUMBRES	1,6	0,0	5,6	0,1

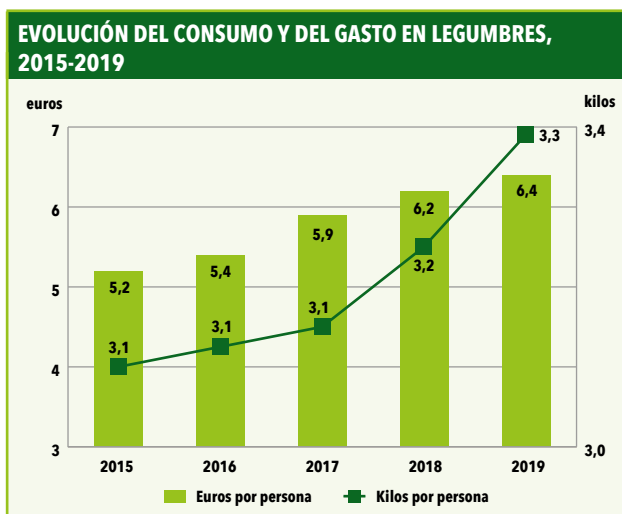
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

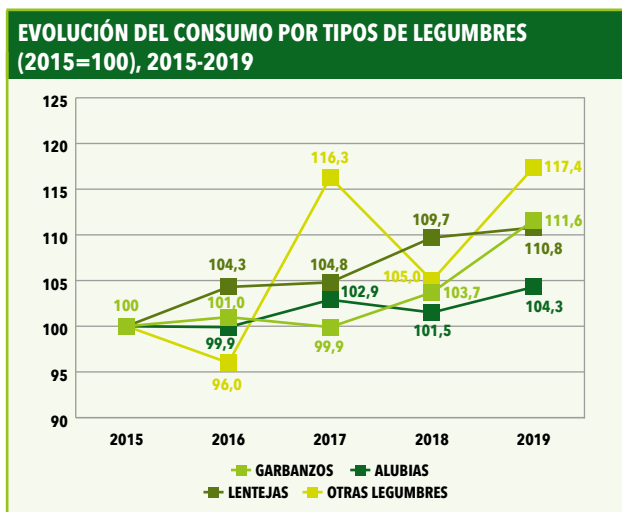
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de legumbres, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de legumbres es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de legumbres es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de legumbres, mientras que los índices son más reducidos en los hogares de cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cantabria, Baleares y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Canarias y Andalucía. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

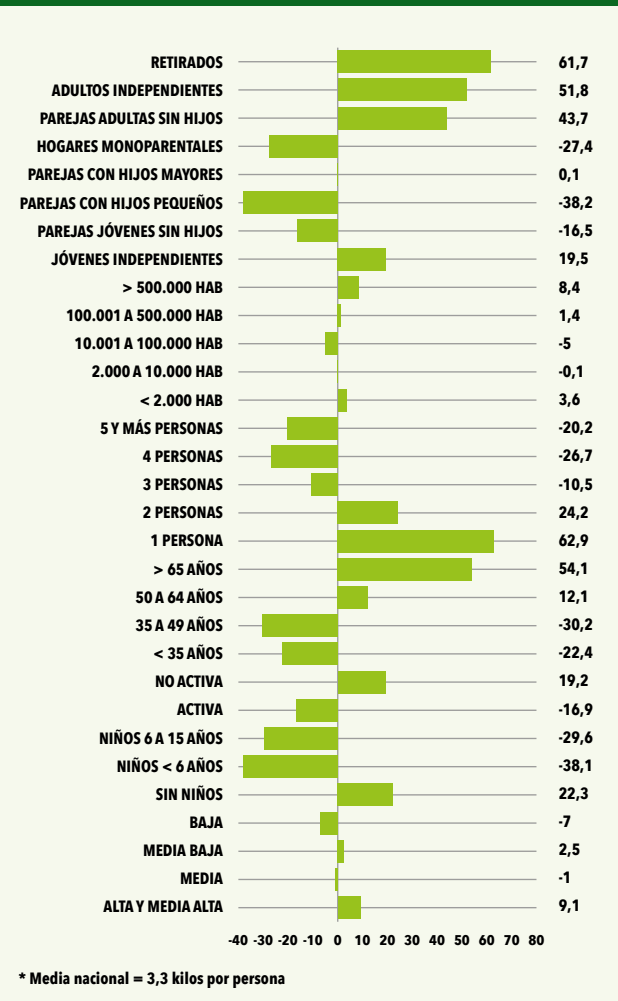
Durante los últimos cinco años, el consumo de legumbres se ha mantenido bastante estable por persona y el gasto ha aumentado 1,20 euros per cápita con respecto a 2015. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2019 (3,3 kilos por persona al año), mientras que el gasto más alto también tuvo lugar en el ejercicio 2018 (6,4 euros por consumidor).



En la familia de legumbres, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de garbanzos, lentejas, alubias y otras legumbres aumenta. ■



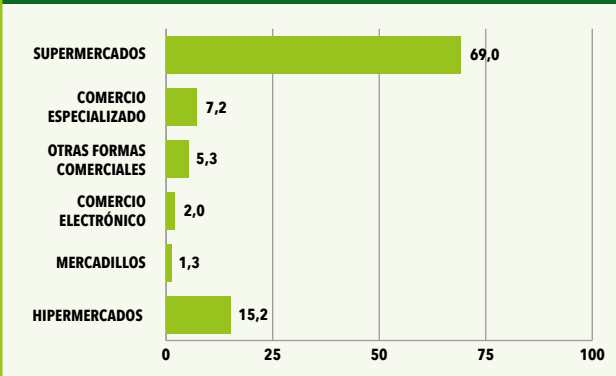
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LEGUMBRES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (69,0% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,2% y los establecimientos especializados llegan al 7,2%. El comercio electrónico supone el 2,0% y los mercadillos el 1,3%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 5,3% restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

GARBANZO DE ESCACENA *

ASTURIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA ASTURIANA *

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GARBANZO DE FUENTESAÚCO *

JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA *

LENTEJA DE LA ARMUÑA *

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN *

LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS *



CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MONGETA DEL GANXET *

FESOLS DE SANTA PAU *

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA DE LOURENZÁ *



MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LÁBEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)

TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

ARABAKO BABARRUN ARROZINA (ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

LA RIOJA

ALUBIA DE ANGUIAÑO

* Denominación en tramitación / * Inscrita en el Registro de la UE



Alubia de La Bañeza-León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La protección de la producción de la IGP Alubia de La Bañeza-León se extiende por la zona centro y sur de León y parte de la zona norte de Zamora, ocupando una superficie de 5.456 kilómetros cuadrados. Comprende 98 municipios de la Provincia de León pertenecientes a las comarcas agrarias de La Bañeza, El páramo, Tierras de León, parte de la Maragatería, Cabrera y Esla-Campos, así como 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles de la provincia de Zamora.

de la Provincia de León pertenecientes a las comarcas agrarias de La Bañeza, El páramo, Tierras de León, parte de la Maragatería, Cabrera y Esla-Campos, así como 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles de la provincia de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades amparadas Riñón, Pinta, Canela y Plancheta, diferentes morfológicamente entre ellas pero con unas propiedades organolépticas. La piel es muy lisa, el albumen blando y de baja granulosidad, esto hace que tengan un resultado de palatibilidad muy alto. Y prácticamente todos los granos se mantienen íntegros después de la cocción. La comercialización siempre es en envase cerrado y con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

DATOS BÁSICOS: Se vienen inscribiendo 500 hectáreas que cultivan unos 60 agricultores y rendimientos próximos a las 1.000 toneladas. Son 9 las industrias envasadoras y elaboradoras inscritas en el Consejo, cuya comercialización ha aumentado significativamente en los últimos años alcanzando las 450 toneladas. Las perspectivas son positivas, el agricultor de la IGP está más especializado en el cultivo de la alubia y las industrias ganan cuota de mercado de este producto de calidad.

Fesols de Santa Pau

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción y elaboración de las judías amparadas por la Denominación de Origen Protegida corresponde a los municipios de Santa Pau (principal núcleo de producción), Castellfollit de la Roca, Les Planes d'Hostoles, Les Preses, Olot, Sant Feliu de Pallerols y Sant Joan les Fonts (todos pertenecientes a la comarca de la Garrotxa, situada en Catalunya, en el N.E. de España).

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Protegida ampara las semillas de judía (*Phaseolus vulgaris* L.) de las variedades tradicionales Tavella Brisa, Setsetmanera y Gra Petit, secas, cocidas y en conserva, producidas exclusivamente en tierras de naturaleza volcánica. Las judías son blancas, redondeadas y con unas dimensiones que oscilan entre 18 y 30 g por 100 semillas. Se caracterizan por un elevado contenido en proteína, una baja percepción de la piel, una baja harinosidad y un sabor suave.

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritos 12 productores y 8 envasadores-elaboradores. La superficie de cultivo es de unas 31 hectáreas con una producción de 12.800 kilos.



Garbanzo de Escaceda

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los productos amparados está formada por los términos municipales de Escacena del Campo, Paterna del Campo, Manzanilla, Villalba del Alcor, La Palma del Condado y Villarrasa (todos ellos en la provincia de Huelva), y los de Castilleja del Campo, Aznalcóllar, Sanlúcar la Mayor, Albaida del Aljarafe y Olivares (en la provincia de Sevilla).

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es el fruto de la especie vegetal *Cicer arietinum* L., del ecotipo local del Campo de Tejada y de las variedades registradas o que se registren del tipo comercial Lechoso.

Pertenecen a la categoría «Extra» de acuerdo con la legislación nacional y se comercializan envasados como legumbre seca. Se caracterizan por ser de calidad superior y sus granos presentan la forma, el aspecto, el desarrollo y la coloración característicos del tipo comercial. Están exentos de defectos, a excepción de muy ligeras alteraciones superficiales, siempre que éstas no perjudiquen el aspecto general, la calidad o su presentación en el envase.

Los garbanzos presentan un color blanco amarillento muy claro, forma alargada y achatada por los lados, irregularidades en su superficie con profundos surcos y abultamientos y un calibre mínimo de 8 mm. Poseen, asimismo, un sabor agradable, una textura mantecosa y poco granulosa, piel blanda y fina adherida al grano y una gran finura al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos unos 52 productores que siembran esta legumbre y que cuentan con una superficie de unas 500 hectáreas, con una producción comercializada de unos 275.000 kg.

Garbanzo de Fuentesauco

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 Fuentesauco como el principal núcleo productor.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el garbanzo de la variedad Fuentesauco, de pico curvo y pronunciado, color crema o apagado mezcla de amarillo, blanco y marrón, piel de rugosidad intermedia y sin manchas. El ecotipo de este garbanzo tiene un patrimonio genético de primer orden, ya que durante generaciones de agricultores se ha ido seleccionando la variedad de mayor finura. Las referencias históricas de este producto se remontan al siglo XVI.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 74 productores y la superficie de cultivo registrada es de 660 hectáreas. La producción media anual es de 500.000 kilos. Las 7 empresas envasadoras comercializan garbanzos con IGP.

Faba Asturiana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las judías secas amparadas está constituida por los terrenos ubicados en el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias. La producción se centra en fincas de labor de unos 3.000 metros cuadrados de superficie media y de hasta 80.000 metros cuadrados de superficie máxima, localizadas en las riberas de los ríos o zonas llanas donde es posible la utilización de maquinaria de cultivo. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara aquellas judías secas, separadas de la vaina, de la variedad tradicional Granja Asturiana. El grano es oblongo, largo y aplanado. Las judías secas amparadas deberán pertenecer a las categorías comerciales Extra y Primera. Los granos deben estar enteros, sanos y con un contenido en humedad máximo del 15%.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 153 productores y la superficie de cultivo supera las 164 hectáreas. La producción media anual es de unos 250.000 kilos, de los que 200.000 son de categorías Extra y Primera. Las 28 empresas inscritas, comercializan 100.000 kilos al año con IGP.

Faba de Lourenzá

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción de habas amparadas por la indicación geográfica protegida Faba de Lourenzá abarca el territorio costero de la provincia de Lugo conocido como A Mariña Luguesa, comarca natural dividida administrativamente en tres comarcas: A Mariña Occidental, A Mariña Central y A Mariña Oriental, y que engloba los ayuntamientos de Alfoz, Barreiros, Burela, Cer-

vo, Foz, Lourenzá, Mondoñedo, Ourense, Ribadeo, Trabada, O Valadouro, O Vicedo, Viveiro y Xove. El área de producción coincide con la de envasado.

CARACTERÍSTICAS: Las habas comercializadas al amparo de esta indicación geográfica presentan forma de riñón, largo, semilleno; de color blanco uniforme; tamaño muy grande (80-120 g/100 semillas); humedad entre 14-17%; escasa proporción de piel, entre el 8 y el 10%; elevada capacidad de absorción de agua, superior al 100%, y excepcional comportamiento en cocción, consiguiéndose al final del proceso granos enteros y completos, en los que destaca la pastosidad de la pulpa, exenta de grumos y escasamente diferenciada de la piel.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 37 productores, 7 envasadores que cuentan con una superficie sembrada de 49,2 hectáreas y con una producción comercializada de unos 12.242 kg. con un valor económico de 110.174 Euros.



Judías de El Barco de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La producción protegida está ubicada en el conjunto de municipios que conforman la comarca de El Barco de

Ávila, al suroeste de la provincia de Ávila, más un municipio colindante de la provincia de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Las judías se cultivan en las terrazas de los valles, en lugares protegidos del frío de la meseta y sobre suelos ligeros. Las industrias envasadoras se encuentran en la misma zona de producción y comercializan judías secas de las categorías Extra y Primera. Se acogen a esta IGP las variedades Blanca Redonda, Blanca Riñón, Morada Larga, Morada Redonda, Arrocina, Planchada y Judión de El Barco.

DATOS BÁSICOS: Hay 70 productores inscritos con una superficie de 70 hectáreas y una producción media anual de 100.000 kilos. Están registradas 4 industrias envasadoras.

Lenteja de La Armuña

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción abarca 34 municipios, con una superficie total de 75.982 hectáreas, ubicados al norte de la provincia de Salamanca y pertenecientes en su mayoría a la comarca natural de La Armuña. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: El clima de la zona es continental, con escasas precipitaciones, inviernos largos y fríos y veranos secos y calurosos. Los suelos, pobres en materia orgánica, son los adecuados para el desarrollo de la variedad Rubia de La Armuña, una lenteja de color verde claro, a veces jaspeado, cuyo calibre está entre 5 y 7 milímetros de diámetro.

DATOS BÁSICOS: La superficie de cultivo de Lenteja de La Armuña inscrita en el Consejo Regulador supera las 1.580 hectáreas. La producción media anual es de 1.200.000 kilos. El número de productores inscritos asciende a 190 y el de industrias a 8.

Lenteja Pardina de Tierra de Campos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación ampara la producción de esta legumbre en la comarca de Tierra de Campos, que ocupa el sur de la provincia de León, norte de Valladolid, este de Zamora y oeste de Palencia, en Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es la Pardina, la variedad principal de Castilla y León. El nombre pardina se asocia a su característico color pardo marrón. Su tamaño es pequeño, de entre 3,5 y 4,5 milímetros de diámetro, con un peso medio de 0,038 gramos por unidad. El color del cotiledón es amarillo, tiene poca harinosidad, poca granulosis y gran mantecosis, lo que la hace ser muy fina al paladar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador lleva la trazabilidad de 5.000 hectáreas; 12 empresas comercializan esta legumbre amparada por el sello de calidad y envasada con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

Mongeta del Ganxet

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Todos los municipios de las comarcas del Vallès Occidental y el Vallès Oriental, nueve de la comarca del Maresme y cuatro de la comarca de La Selva.

CARACTERÍSTICAS: La DOP protege la judía (*Phaseolus vulgaris* L.) del tipo variedad "Ganxet", comercializada como legumbre seca, cocinada y en conserva. Presenta un grano blanco, ligeramente brillante, aplanado y fuertemente arriñonado, 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 23 hectáreas. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 9 almacenes y plantas de acondicionamiento, envasado, y 63 productores que comercializan 50.000 kilos de judía protegida por la denominación de origen.

FRUTAS Y HORTALIZAS



El sector de frutas y hortalizas tiene una gran importancia en España, que es la primera productora de frutas y hortalizas de la Unión Europea y la octava del mundo, mientras que sus cifras de exportación son de las más elevadas a nivel mundial.

Las frutas y hortalizas representan el 37% del valor generado por todo el sector agrario (agricultura y ganadería).

Tradicionalmente, se trata de un sector caracterizado por su elevado grado de atomización, ya que está compuesto por un gran número de pequeños y medianos productores. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En la actualidad, existen en España en torno a 600 organizaciones de productores de frutas y hortalizas que cuentan con unos 155.000 afiliados y un número superior a las 1.000 cooperativas agroalimentarias con actividad hortofrutícola, lo que convierte al sector en el que más aporta en volumen de facturación (25,8%) y el tercero que aúna un mayor número de cooperativistas participantes. Se trata de un sector que genera alrededor de 400.000 puestos de trabajo directos y 80.000 indirectos en labores de manipulación y distribución dentro de las zonas productivas.

La modernización del sector y la realización de importantes inversiones que pretenden diversificar las ofertas y ganar peso en los mercados internacionales son los principales rasgos que caracterizan en la actualidad a las grandes empresas hortofrutícolas españolas.

El principal operador del mercado nacional de frutas y hortalizas registra una facturación superior a los 770 millones de euros, mientras que el segundo supera los 702 millones de euros, el tercero se acerca a los 457 millones de euros, el cuarto se sitúa en los 405 millones de euros y el quinto alcanza los 385 millones de euros.

La red de Mercas, por su parte, comercializa anualmente en torno a más de 6,5 millones de toneladas, por un valor de 7.100 millones de euros. ■

VEGETALES CONGELADOS

La producción española de productos vegetales congelados llegó durante 2019 hasta las 863.694 toneladas, lo que supuso un incremento interanual del 9,9%. En los años anteriores también subió la producción, lo que demuestra el buen momento que atraviesa un sector que, en tan solo 10 años, ha incrementado en casi un 70% su producción. Hay que recordar que en 2007 la producción de vegetales congelados de nuestro país apenas se acercaba a las 468.000 toneladas. El principal producto vegetal congelado en 2019 fue el brócoli, que llegó hasta las 147.188 toneladas, lo que supone una caída del 9,8% con respecto a las cifras del año precedente, y representa alrededor del 17% de toda la producción de verduras congeladas.

El segundo lugar fue para los pimientos congelados, con una producción durante 2019 de más de 122.218 toneladas, y un crecimiento del 20% con respecto al año anterior, que



SIN IR
MÁS LEJOS,
MEJOR
LOCAL.

#YOELIJOLOCAL

tienen sus mayores mercados fuera de nuestras fronteras. En el tercer puesto se situaron los guisantes, con una producción de 104.317 toneladas. Estas tres grandes ofertas acaparan más del 44% de toda la producción de vegetales congelados.

Menos importancia tienen las producciones de judías verdes, tanto planas como redondas (64.701 toneladas en 2019) y las espinacas, zanahorias, coliflores y cebollas, con cifras de producción entre las 51.750 y las 43.000 toneladas. Por comunidades, las que concentran mayores volúmenes de producción de verduras congeladas son Navarra con un 40% y Murcia con un 30%. También son importantes las producciones de Castilla y León, La Rioja, y Extremadura. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos internacionales son los dos rasgos más característicos del sector empresarial de productos vegetales congelados. La Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC) está compuesta por ocho compañías que acaparan el 95% de la producción nacional. Esas 8 empresas tienen 20 fábricas y producen más de 775.000 toneladas, de las que se exporta más de un 60%.

Estas empresas, según datos de la ASEVEC, cuentan con una superficie de producción superior a las 40.000 hectáreas y anualmente dan trabajo a más de 2.000 personas de forma directa y a unas 10.000 de forma indirecta.

Dentro de este sector, el peso de las marcas de distribución (MDD) es muy grande. De hecho, cerca del 90% del volumen de verduras congeladas tiene marca de distribución.

A este respecto, la principal empresa del sector provee de vegetales congelados a una de las principales cadenas de distribución alimentaria de nuestro país y su cuota mercado en distribución organizada es del 50%. La producción de esta empresa ronda las 320.000 toneladas anuales, con una facturación que supera los 312 millones de euros, según estimaciones.

La segunda empresa del sector tiene una producción superior a las 202.000 toneladas, con una facturación de más de 210 millones de euros.

En el tercer escalón se sitúa una empresa que produce unas 130.000 toneladas y factura cerca de 75 millones de euros.

Por su lado, en el segmento de las patatas pre-fritas, el operador más importante alcanza unas cifras de producción por encima de las 76.000 toneladas. ■

COMERCIO EXTERIOR

Como el sector hortofrutícola en general, el subsector español de productos vegetales congelados tiene una fuerte vocación internacional. Las principales empresas del sector registraron incrementos en sus ventas exterior de entre el 8% y el 14% anual. Tres empresas concentran los dos tercios de las exportaciones totales del sector de los vegetales congelados y los principales mercados de exportación son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania y Reino Unido.

En todo caso, las principales compañías españolas han conseguido diversificar su lista de clientes y, en la actualidad, algunas partidas importantes se dirigen hacia Estados Unidos, Brasil, Canadá y Arabia Saudí y algunos países asiáticos. Estos nuevos mercados constituyen los nuevos focos de crecimiento y expansión del comercio exterior español de verduras congeladas.

Las exportaciones representaron durante 2019 el 65% del total producido (564.248 toneladas) de las que 125.090 toneladas correspondieron al brócoli. De acuerdo con estos datos, el 85% de la toda producción nacional de brócoli congelado se comercializa fuera de nuestras fronteras. El porcentaje también fue importante en el caso de los pimientos congelados y en el de los guisantes.

Las importaciones son poco importantes, con excepción de las patatas prefritas y de algunas partidas de materia prima, provenientes sobre todo de China o Perú, que son utilizadas para la preparación de los productos finales. ■

PRODUCCION EUROPEA

A nivel europeo, la producción de vegetales congelados en España está en los primeros puestos del ranking, por detrás de Bélgica.

Las empresas del sector están representadas en la Asociación Europea de Fruta y Hortaliza Procesada (PROFEL). Actualmente hay 14 asociaciones nacionales integradas en PROFEL, así como también en torno a 500 empresas del sector. La producción europea de vegetales congelados supera al año los 3,5 millones de toneladas. ■

FRUTAS Y HORTALIZAS

El cultivo de frutas y hortalizas agrupa gran variedad de modelos productivos, que van desde la producción intensiva de hortalizas en invernadero, hasta las tierras de secano donde se producen los frutos de cáscara o frutos secos.

España es una potencia mundial en producción de frutas y hortalizas, así como también en su comercialización. Anualmente produce más de un cuarto de toda la cosecha de la Unión Europea y está en el puesto número seis del ranking mundial de productores hortofrutícolas. La producción hortofrutícola está presente en todas las comunidades autónomas, destacando Andalucía, Aragón, Cataluña, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Extremadura y la Región de Murcia.

La baza principal del sector hortofrutícola español es su alto grado de especialización y su capacidad para adaptarse a la demanda tanto en formatos como en variedades. Por el contrario, la principal debilidad del sector es la crisis de precios por la que atraviesan muchos productos, especialmente las hortalizas y los cítricos.

De la superficie total dedicada en España a todos estos cultivos, un 39% corresponde a las hortalizas; un 29% a los cítricos; un 20% a los árboles de fruta dulce; un 2% a los de frutos tropicales; un 2% a la uva de mesa; un 1% al plátano y un 7% a la patata. Además, existen unas 753.500 hectáreas dedicadas a los frutos de cáscara, según datos del Ministerio de Agricultura.

El 73% de toda la superficie dedicada a frutas y hortalizas está al aire libre y cuenta con regadío. Desde hace varios años, se está produciendo un crecimiento de la superficie de hortalizas y frutas tropicales, frente a una caída de las tierras dedicadas a cítricos. Asimismo, la superficie destinada a la producción de fruta dulce es más estable, aunque en algunas regiones está disminuyendo por la pérdida de rentabilidad.

La producción total de frutas, hortalizas y patatas en España superó en 2019 los 28,7 millones de toneladas, según estimaciones. De esta producción total, aproximadamente el 60% correspondió a hortalizas (patata incluida); el 21% a cítricos; el 17% al resto de las frutas y el 2% a frutos de cáscara.

De todas las producciones hortofrutícolas, el cultivo principal en volumen de producción y en superficie cul-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Fresh Group	1.305
Coop. ANECOOP	713
Sdad. de Compras Modernas, S.A. (SOCOMO) *	685
ARC Eurobanan S.L. Grupo	470
Sanlúcar Fruit, S.L. Grupo	440,6
Grupo Nufri	385
Única Fresh, S.L.	350
Edeka Fruchtkontor España, S.L.U. *	398
Agroponiente, S.A-Grupo	339
Alhóndiga La Unión, S.A.	278,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.



tivada es el tomate, tanto para su consumo en fresco, como para conserva. ■

DATOS ECONÓMICOS DEL SECTOR

A efectos de calcular la renta agraria, el valor de la producción española de frutas, hortalizas y patata ascendió en 2019 a 18.680,5 millones de euros. La cifra supuso un incremento del 5,4% respecto a la campaña anterior, en la que se registró también un notable aumento del valor generado por estas producciones.

Estas producciones agrícolas en conjunto representaban en 2019 el 33% de la Producción Final Agraria del país (un porcentaje superior al que representaba en el año 2018) y también el 37% de la Producción Vegetal, también un porcentaje superior.

De todos los subsectores que componen el grupo, el que más aportó al conjunto en el año 2019 fue el de las hortalizas con 9.384 millones de euros (en 2018 su aportación se elevó a 9.769 millones de euros). En el dato de la hortalizas está incluida la pequeña aportación del sector de

las flores y plantas, según datos del Ministerio de Agricultura.

El segundo subsector en importación económica fue el de las frutas con 10.132 millones de euros, casi 776 millones de euros más que en el año precedente (están incluidas en esa cifra las aportaciones de las aceitunas y las uvas) y el tercero el de las patatas, con 676 millones de euros, frente a los 447 millones de euros del año 2018.

A grandes rasgos y sin entrar a analizar producto a producto, las producciones nacionales de hortalizas y patatas experimentaron en 2019 un incremento en el volumen producido, mientras que las frutas tuvieron una caída importante en volumen, todo lo contrario de lo que sucedió un año antes.

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en exportación de estas producciones. ■

COMERCIO EXTERIOR

La exportación de frutas y hortalizas durante el año 2019 tuvo un resultado positivo. Según los datos de Comercio, la exportación total de frutas, hortalizas y patata se situó en 13,5 millones de toneladas, por un valor de 13.542 millones de euros.

Comparando con los datos del año precedente, se produjo un crecimiento del 8% en volumen y del 5,5% en valor, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales y el Ministerio de Industria. Por su lado, los precios medios de exportación en 2019 fueron menores (un 2% menos)

En el capítulo de las frutas se produjo un aumento en el volumen exportado y también en el valor de venta de estas exportaciones, que aumentó hasta totalizar los 7.789 millones de euros (3% más).

Diferenciando por destinos, el mercado de la UE supuso el 93% de las exportaciones españolas y entre los países terceros destacaron Brasil, Arabia Saudí y Canadá.

Por Comunidades Autónomas, Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que monopolizan el comercio de frutas y hortalizas. En 2019, las exportaciones de Andalucía alcanzaron los 4,5 millones de toneladas, un volumen superior en un 10% al del año precedente.

Por su parte, la Comunidad Valenciana vendió 4 millones de toneladas (un 8% más que en el año precedente),

Murcia 2,5 millones de toneladas (un 3% más) y Cataluña, con casi un millón de toneladas exportadas.

En cuanto a la importación en 2019, se mantuvo la tendencia creciente de los últimos años, con un retroceso del 0,3% en volumen hasta totalizar 3,29 millones de toneladas.

En los últimos años se está observando un cambio de tendencia en el comercio de frutas y hortalizas, que está haciendo de España un país cada vez más importador.

La Unión Europea fue el principal proveedor de España, en cuanto a cantidades importadas y dentro de la UE, los países que más vendieron a España fueron Francia, Países Bajos, Portugal e Italia.

Fuera de la UE destacaron las ventas de frutas y hortalizas procedentes de Marruecos, Brasil, Argentina y Costa Rica. ■

PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN LA UE

Liderada por Italia y España, la Unión Europea es una potencia mundial en producción de frutas, hortalizas y patata.

El valor final de las cosechas de frutas, patatas y hortalizas en los países de la UE-28 superó en 2019 los 89.104 millones de euros, cifra un 2,2% por debajo del valor del año 2018.

Con relación a la Producción Final Agraria europea, el sector hortofrutícola (incluida la patata) aportó en 2019 el 26% del total, un porcentaje superior al que representaba el año precedente.

Por su parte, respecto a la Producción Vegetal Final, los tres subsectores representaron en 2019 el 45,5%, según datos de la Comisión Europea.

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

En cuanto a las producciones hortícolas, sin incluir las patatas -que por sí solas suponen casi 55 millones de toneladas- el volumen supera anualmente los 60 millones de toneladas, abarcando gran diversidad de cultivos.

A pesar de la reducción que ha sufrido el sector, cerca del 19% de la producción total de hortalizas en la Unión Europea corresponde a la cosecha de tomates y también son muy importantes las producciones de cebolla y zanahoria.

Por países, Italia es el que más produce y España, el segundo país en el ranking comunitario de producción de



Cooperar forma parte
de nuestra filosofía.
Juntos tenemos futuro.

unica
SIGAMOS SIENDO ÚNICOS



frutas y hortalizas, cuenta con la mayor superficie destinada a estos cultivos (cerca del 17% del total de la superficie cultivada de hortalizas y del 27% en frutas).

Entre las producciones hortofrutícolas, España destaca dentro de la UE por sus cosecha de pepino, calabacín, cítricos, melocotón y fresa.

Además de Italia (que lidera entre otras la producción de tomate de la UE) y España, los otros países productores

de frutas y hortalizas son Reino Unido (líder en zanahoria), Polonia, Alemania y Grecia.

Holanda por su lado lidera la producción de patata, aunque no ocupe uno de los primeros puestos en el ranking general. ■

COMERCIO INTRACOMUNITARIO

El comercio intracomunitario de frutas y hortalizas frescas, que refleja la exportación entre los Estados miembros de la UE, se mantuvo estable en 2019 según los datos de la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat).

La exportación intracomunitaria de frutas y hortalizas rondó los 40 millones de toneladas. Dentro de las frutas, las principales partidas del comercio intracomunitario fueron las naranjas y las manzanas, mientras que entre las hortalizas destacaron los tomates, los pimientos y los pepinillos.

España sigue siendo el primer proveedor de frutas y hortalizas de la UE, con aproximadamente el 30% del total comercializado en 2019. Sin embargo, la cuota de mercado de España ha ido cayendo en los últimos años, al contrario de lo que ha sucedido con Países Bajos. ■

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2017	2018	2019
AGUACATE	107	107,6	109,1
AJOS	165,8	151,7	183,8
ALBARICOQUES	88,9	108,9	92,8
ALCACHOFAS	11,5	12,5	13,2
APIO	84,8	96,5	77,7
BERENJENAS	143,9	155	158,7
CALABACINES	319,8	361,9	415
CAQUI	215	168,3	210
CEBOLLAS	336,8	353	404,6
CIRUELAS	98,6	71,6	94,2
COLES-BRÓCOLI	446,9	485,7	483,8
ESPÁRRAGOS	21,5	24,7	24,7
FRESAS	304	278,6	293,5
JUDÍAS VERDES	16,4	21,9	21,5
KIWIS	17,4	20,3	22,1
LECHUGAS	762	795,2	760,4
LIMONES	688,8	599,6	734
MANDARINAS	1.356	1.368,70	1371,8
MANZANAS	123,1	111,9	119
MELOCOTONES	453,6	382,4	399,8
MELONES	441,3	405,3	455,8
NARANJAS	1.603,70	1.527,80	1756,8
NECTARINA	468,5	357,4	429
PATATAS	294,6	280,8	303
PEPINOS	626,7	648,5	704,5
PERAS	119,6	93,8	128
PIMIENTOS DULCES	686,6	745,9	829
PLÁTANO	98,9	104,3	97
POMELOS	59,1	47,4	64,2
SANDÍAS	738,6	861,9	911
TOMATES FRESCOS	809,5	812,6	767,4
UVAS	143,5	170,6	155,7

FUENTE: D.G. de Aduanas.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2017	2018	2019
AGUACATE	98	129,4	98
CEBOLLAS	53,7	87,4	53,7
JUDÍAS	112,1	143,8	112,1
KIWIS	217,5	182,5	217,5
LIMÓN	59,6	96,8	59,6
MANGO	43,5	53,5	43,6
MANZANAS	191,8	167	191,8
MELONES	81,3	86,1	81,3
NARANJAS	173,5	175,2	173,5
PATATAS	780,9	817,6	781
PERAS	41,9	43,4	42
PIMIENTO	46,7	57,4	46,7
PIÑAS	168,7	178,8	168,7
PLÁTANO	306,9	365,3	307
TOMATES FRESCOS	188,9	157,2	189
UVA DE MESA	57,5	60,6	57,5

FUENTE: Departamento de Aduanas.

FRUTAS

La gran diversidad de climas y zonas productoras que hay en España permite que la producción nacional de frutas sea muy rica y variada. A efectos de calcular la renta agraria nacional, según datos del Ministerio de Agricultura, el sector de las frutas registró una reducción en la cantidad producida (7,4%), frente a la subida del año 2018. Asimismo, los precios medios bajaron un 11,6%, cuando un año antes habían subido (en estos datos están incluidas las frutas frescas, los cítricos, las frutas tropicales, las uvas y las aceitunas).

El valor de las frutas ascendió a 8.287,1 millones de euros a precios básicos (frente a los 10.132 millones del año anterior) y el sector representó en 2019 el 16,4% de la Producción Final Agraria (casi 3 puntos porcentuales menos que en el año precedente) y el 28,2% de la Producción Vegetal, también un porcentaje inferior al del año precedente. ■

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018	2019
AGUACATE	91,5	92,9	89,7	93,8
ALBARICOQUES	139,6	162,9	176,3	131,7
CEREZAS-GUINDAS	100,5	114,4	107	115,4
CIRUELAS	193,6	172,3	153	168,6
FRESAS-FRESONES	377,6	360,4	344,7	352,4
MANZANAS DE MESA	541,7	587	563	664,2
MELOCOTONES	903	1.081	903,8	910,6
MELONES	649,8	655,7	664,4	641,5
NECTARINA	518,8	718,5	547,1	591
PERAS	349,2	361	332,3	314,4
PLÁTANOS	408,7	421,3	386,2	396,7
SANDÍAS	1.092	1.113,2	1.092,4	1.210,7
UVAS DE MESA	271,6	266,2	272,8	331,5

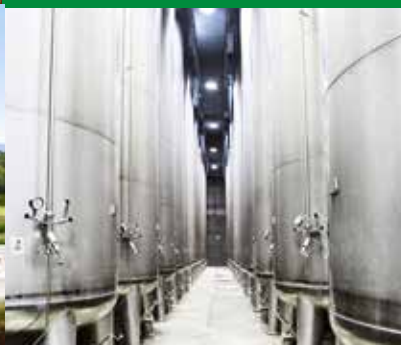
FUENTE: MAPA.



Nufri, Grupo hortofructícola, produce y comercializa en los 5 continentes. Una dilatada experiencia que permite ofrecer un amplio catálogo de servicios y productos. Trabajar con excelencia, es nuestro pilar fundamental.



www.nufri.com



FRUTAS EN LA UE

En la Unión Europea, la aportación de la frutas a la renta agraria sumó en el año 2019 un total de 24.247 millones de euros, cifra que comparada con la del año anterior supuso una caída de algo más de 2.800 millones de euros.

Con respecto al valor de la Producción Final Agraria, el sector de la fruta en el año 2019 supuso el 7% y con relación a la Producción Final Vegetal, el 12,4% según los datos publicados por la Comisión. Estos porcentajes fueron inferiores a los del año precedente.

En la UE las dos producciones mayoritarias dentro de las frutas son la manzana (muy extendida por todo el territorio comunitario, especialmente en los países del norte) y la naranja (que se concentra en los países de la cuenca mediterránea). ■

LAS FRUTAS-HORTALIZAS

Las frutas dulces son aquellas en las que predominan los azúcares y pueden obtenerse bien de cultivos leñosos (frutas de pepita y frutas de hueso) o bien de cultivos herbáceos de ciclo anual: las llamadas frutas-hortalizas.

Estas frutas se obtienen a partir de especies herbáceas y también de algunas especies arbustivas (moras de zarza, los arándanos, las frambuesas, etc.).

Las frutas-hortalizas cultivadas suelen ser de ciclo anual y hay que plantarlas todos los años, mientras que las frutas del bosque rebrotan cada año. Las frutas-hortalizas suelen ser de tipo pepita, carnosas y más versátiles que las frutas obtenidas a partir de cultivos leñosos.

Son frutas de crecimiento más rápido y sus períodos de recolección son amplios. Algunas de ellas, como el tomate, es clasificado directamente entre las hortalizas al carecer de dulzor.

Las frutas-hortalizas más extendidas en España son la fresa, el melón y la sandía, que suponen casi un 40% de la producción total de fruta dulce aunque se clasifiquen entre las hortalizas muchas veces.

En 2019 la producción de sandía se recuperó (10,8% más), después de haber caído en el año 2018 drásticamente. Al final, se recogieron 1,2 millones de toneladas, al tiempo que en el caso del melón la producción llegó a 641.500 toneladas, tras bajar un 3%.

Por su lado, la producción de fresas y fresones aumentó en contra de la tendencia de años precedentes. Se reco-

gieron hasta las 362.400 toneladas, un 5% más, pero un volumen muy inferior a las 400.000 toneladas que se recogieron en el año 2015.

A nivel europeo se produjo también un aumento de la producción de sandía por la aportación española, así como también un crecimiento en la cosecha de melones. ■

FRUTAS DE PEPITA

Las frutas de pepita son muy sensibles a los cambios climáticos y por eso las cosechas varían mucho de un año a otro.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	30,6	23,9	24,5
ARAGÓN	10,4	10,5	10,7
COMUNIDAD VALENCIANA	14,3	10,7	10,8
EXTREMADURA	78,1	74	88
MURCIA	16,5	12,3	14
OTRAS CC.AA.	22,4	21,6	19,6
TOTAL ESPAÑA	172,3	153	168,6

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	11.876	11.758	12.609	12.610
UE	1.486	1.370	1.768,8	1.780
ESPAÑA	193,6	172,3	153	168,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	52	46,1	41
ARAGÓN	297,5	261,2	217,7
CASTILLA-LA MANCHA	38,5	52,6	35,4
CATALUÑA	311,3	234,8	287,8
COMUNIDAD VALENCIANA	23,3	25,5	24,5
EXTREMADURA	71	45,8	52
LA RIOJA	11,1	9,5	9,4
MURCIA	251,3	213,5	223,1
NAVARRA	11,6	11,5	8,7
OTRAS CC.AA.	13	3,4	10,6
TOTAL ESPAÑA	1.081	903,8	910,6

FUENTE: MAPA.



Agroponiente

GRUPO

DAMOS VALOR

customerservice@grupoagroponiente.com

+34 950 583 002



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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	7,8	5,3	6
ARAGÓN	65,6	49,6	62,6
CATALUÑA	151,8	129	134,2
COMUNIDAD VALENCIANA	5,9	5,2	5,1
EXTREMADURA	4,1	4,5	6
LA RIOJA	56,8	52	51
MURCIA	27,6	26	27,5
OTRAS CC.AA.	41,4	49,2	22
TOTAL ESPAÑA	361	332,3	314,4

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	27.346	28.000	23.734	23.500
UE	2.173	2.237	2.378	2.047
ESPAÑA	349,2	361	332,3	314,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	15	11	11,5
COMUNIDAD VALENCIANA	66,4	91,7	94,8
MURCIA	180,5	165	221,2
OTRAS CC.AA.	4,3	5,1	4
TOTAL ESPAÑA	266,2	272,8	331,5

FUENTE: MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ARAGÓN	24	14	18
COMUNIDAD VALENCIANA	18	24,4	21,7
MURCIA	90,9	97,6	68,1
OTRAS CC.AA.	30	40,3	23,9
TOTAL ESPAÑA	162,9	176,3	131,7

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	3.766	4.257	3.839	3.800
UE	634	680	715,1	700
ESPAÑA	139,6	162,9	176,3	131,7

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	8,4	7,3	7
ARAGÓN	89,6	66	126,6
ASTURIAS	2,3	1,3	2
CASTILLA-LA MANCHA	1,9	1,9	1,9
CASTILLA Y LEÓN	26,4	48,5	47,5
CATALUÑA	276,5	269,3	291,6
COMUNIDAD VALENCIANA	8,8	9,9	7,8
GALICIA	50,6	50	60
MURCIA	2	1,9	1,5
PAÍS VASCO	4,1	2,7	2,8
OTRAS CC.AA.	117	105	115,5
TOTAL ESPAÑA	587	563	664,2

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	89.329	84.400	86.142	78.000
UE	11.779	9.251	13.275	10.556
ESPAÑA	541,7	587	563	664,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	350,6	332	341,6
CATALUÑA	1,5	2,7	2,7
CANARIAS	8,3	2	2
TOTAL ESPAÑA	360,4	334,8	352,4

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	9.060	9.224	8.337	8.400
UE	1.263	1.206	1.300	1.340
ESPAÑA	377,6	360,4	344,7	362,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	5.615	5.924	6.407	6.420
UE	94	104	94,5	98
ESPAÑA	91,5	92,9	89,7	93,8

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

Frutas

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	55	46,4	27,3
ARAGÓN	193	169	144,7
CATALUÑA	250,7	173,8	230
COMUNIDAD VALENCIANA	21	16	14,5
EXTREMADURA	75,1	62,2	56,5
MURCIA	117	73,2	102
OTRAS CC.AA.	6,7	6,5	16
TOTAL ESPAÑA	718,5	547,1	591

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	24.516	24.665	24.453	24.500
UE	2.867	2.906	2.640	2.795
ESPAÑA	903	1.081	903,8	910,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	659,7	587	694,8
BALEARES	12,3	9,5	9,5
CASTILLA-LA MANCHA	113,4	178,4	187,5
CATALUÑA	7,2	7,8	8,1
COMUNIDAD VALENCIANA	75,4	73,7	72,4
EXTREMADURA	12	11,8	13,4
MURCIA	221,8	199	210,4
OTRAS CC.AA.	11,2	14,7	
TOTAL ESPAÑA	1.113,2	1.092,4	1.210,7

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	117.502	118.413	103.931	103.950
UE	3.047	3.219	3.190	3.300
ESPAÑA	1.092	1.113,2	1.092,4	1.210,7

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.



 **giropoma**
la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



Camí Vell de Torroella, 3
17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162
www.giropoma.com

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MELONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	147,3	133,2	169
BALEARES	5,3	4,9	4,9
CASTILLA-LA MANCHA	222	228,3	181,3
CATALUÑA	5,5	4	4,4
COMUNIDAD VALENCIANA	38,2	40	44,3
EXTREMADURA	17,5	18,6	15,3
MADRID	7,6	7	6,8
MURCIA	179,5	220,7	208
OTRAS CC.AA.	8,4	7,6	7,5
TOTAL ESPAÑA	655,7	664,4	641,5

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE MELONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	31.314	31.948	27.349	27.320
UE	1.739	1.791	1.782	1.760
ESPAÑA	649,8	655,7	664,4	641,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREZAS Y GUINDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	6,2	7	6,3
ARAGÓN	36,3	32,8	37,2
CATALUÑA	8,9	6,8	6,5
EXTREMADURA	40,5	36,2	44,7
OTRAS CC.AA.	22,5	24,2	20,8
TOTAL ESPAÑA	114,4	107	115,4

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE CEREZAS Y GUINDAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	2.359	2.443	2.548	2.600
UE	531	600	651,5	700
ESPAÑA	100,5	114,4	107	115,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

PRODUCCIONES DE PLÁTANOS Y BANANAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	151164	153160	155.419	155.500
UE	413	426	417	428,3
ESPAÑA	408,7	421,3	386,2	396,7

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA.

Las dos principales producciones de frutas de pepita a nivel mundial son las peras y las manzanas.

En la campaña 2019, al igual que en el año precedente, la producción nacional de pera disminuyó (5%) hasta 314.400 toneladas, y por el contrario, la de manzana de mesa aumentó de nuevo (18%) hasta 664.200 toneladas. A estas producciones habría que añadir la cosecha de manzana destinada a la elaboración de sidra, que fue muy inferior a la del año precedente (93.600 toneladas, casi 13.000 toneladas más que un año antes, en el que la producción nacional disminuyó en el mismo volumen). Respecto al comercio exterior de estas frutas, al igual que en años anteriores, en 2019 las exportaciones españolas de manzana aumentaron (6,3%) hasta situarse en 119.000 toneladas por un valor de 90,8 millones de euros (superior a un año antes), mientras que las ventas al exterior de peras cayeron tanto en valor como en volumen (128.000 toneladas, un 36% más).

En cuanto a las importaciones, la manzana es una de las frutas que más compramos fuera. En 2019 las importaciones aumentaron y se situaron en unas 191.800 toneladas (15% más). Asimismo, las compras internacionales de peras descendieron (habían subido en 2018) hasta quedar en 42.000 toneladas.

Por su lado, en la UE disminuyó en 2019 la producción de manzana y también la de pera. Se recogieron algo más de 2 millones de peras y 10,5 millones de toneladas de manzanas.

A nivel mundial, las dos variedades de manzana más extendidas son golden y gala. La campaña en general fue peor que la del año 2018, que había sido buena. ■

OTRAS FRUTAS DE PEPITA: UVA, NÍSPERO Y MEMBRILLO

Además de peras y manzanas, en nuestro país van ganando terreno poco a poco otras producciones como la uva de mesa, el níspero o el membrillo.

En España, la uva de mesa, o uva para consumo en fresco, tiene una técnica de cultivo distinta de la de la uva para vinificación. Las variedades específicas para mesa (aledo, italia, rosetti, ohanes, napoleón, seedless, cardinal, etc.) suelen cultivarse en vides armadas en parra o tutoradas por un emparrado, a fin de evitar el contacto con el suelo. En algunas variedades se suelen proteger con bolsas los racimos, tanto para evitar cualquier posible fecundación no deseada, como para proteger al fruto.

“
Cuando eliges
frutas y verduras

BOUQUET ...

**DAS VIDA
PARA EL
CAMPO**

”
Comprando **BOUQUET** das más

**RACIONES
DE VIDA PARA
EL CAMPO**

Y más valor
a lo nuestro.
A lo tuyo.

- Afianzas
la POBLACIÓN
al MEDIO RURAL
- Limitas
el ABANDONO
de CAMPOS
- Facilitas
el RELEVO
GENERACIONAL

Otras iniciativas en
>> bouquet.es

Por su parte la cosecha de uva de mesa en España se incrementó de nuevo en 2019 hasta situarse en 331.500 toneladas, un 32% más.

En nuestro país se cultivan uvas de mesa blancas y rojas, con y sin pepita. En el año 2019 había dedicadas a este cultivo unas 14.500 hectáreas.

Respecto a la UE, la cosecha de uva de mesa fue mayor debido a que España es el país que aporta la mayor parte de la producción.

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.

Este cultivo, que se concentra principalmente en la Comunidad Valenciana, ocupaba en 2019 un total 1.809 hectáreas en España y cuenta ya con una marca de calidad reconocida que protege la producción: la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'en Sarrià.

En cuanto al membrillo, otra fruta de pepita, en 2019 había registradas un total de 744 hectáreas. Aunque no existen datos de producción, buena parte de la cosecha anual se destina a la industria de cara a la elaboración de carne de membrillo y mermelada. ■

FRUTAS DE HUESO

Las producciones de fruta de hueso representan en torno al 30% de la cosecha nacional de frutas dulces y como en el caso de las de pepita, su productividad anual varía mucho dependiendo de la climatología, especialmente en las producciones más tempranas.

Los melocotones y nectarinas han diversificado sus períodos productivos, escalonando variedades, desde abril a noviembre. Los albaricoques, en cambio, tienen un período comercial más corto, desde abril hasta mediados del verano, mientras que las cerezas también se escalonan desde abril a octubre. En general son frutas que obtienen buenas cotizaciones, si no se estropean por las lluvias y la mala climatología.

Al contrario que en la campaña precedente, para el conjunto de la fruta de hueso el balance de 2019 fue positivo en cuanto a producción, si bien algunas de las cosechas como la de albaricoque los resultados fueron peores. La suma de las cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, guinda y ciruela quedó por debajo de los 2 millones de toneladas y fue inferior a la cosecha total de fruta de hueso en 2018.



Así, la producción de melocotón quedó en 910.600 toneladas (1% más); la de nectarina en 591.000 toneladas (8% más); la de albaricoque en 131.700 toneladas (25% menos que en 2018); la de ciruela en 168.600 toneladas (un 10% más) y la de cereza y guinda en 115.400 toneladas (un 8% más que en la campaña anterior).

Respecto al comercio exterior en 2019, las exportaciones de albaricoques disminuyeron un 14,8% (se vendieron unas 108.800 toneladas), mientras que las de ciruela volvieron a subir por el aumento de la oferta (un 31,6% hasta 94.200 toneladas).

También fueron mayores las ventas al exterior de melocotones (un 4,6%, hasta 399.800 toneladas) y también se redujeron las de nectarina (un 20% hasta 429.000 toneladas).

La cereza por su parte vio subir sus ventas al exterior, al pasar de 29.050 toneladas en el año 2018, a 29.928 toneladas en el año 2019. ■

OTRAS FRUTAS DULCES

Con el resto de la fruta dulce se puede formar un conjunto heterogéneo que podría denominarse de “frutas carnosas” y que representan en torno al 10% de la producción final. En España, las principales producciones son los aguacates, las chirimoyas, los kiwis, los higos y brevas, las granadas y los dátiles.

Aunque en el pasado muchas de estas frutas se recogían a partir de árboles diseminados, actualmente el

grueso de las producciones proviene ya de plantaciones regulares.

Los aguacates son frutas tropicales de carne algo untuosa debido a la abundante presencia de lípidos. En los últimos años, el incremento de la demanda ha llevado a los productores de cítricos a plantearse su producción como alternativa.

En 2019, al contrario que en el año precedente la producción se incrementó (3%) y quedó en 93.800 toneladas. También se incrementaron un 1,4% las exportaciones de aguacate, en consonancia con la tendencia de años anteriores. Finalmente, se vendieron en el exterior 109.100 toneladas, pero también se importaron 98.000 toneladas (un 24% menos que en el año 2018). Por su lado, la producción de higos aumentó y se situó en 37.700 toneladas, más de 10.000 toneladas por debajo de lo producido un año antes. La superficie destinada a higueras en España ascendía en 2019 a 21.334 hectáreas, la mayor parte de ellas en secano. En el conjunto del año 2019 se exportaron 3.549 toneladas de higos, por encima de las cifras del año 2018.

En cuanto al kiwi, la producción de 2019 creció hasta 25.000 toneladas (2.000 toneladas más que en 2018). La producción de kiwi se concentra en el norte de España, principalmente en Galicia y en Asturias. En 2019 la superficie dedicada a este frutal fue de 1.724 hectáreas y se exportaron cerca de 22.108 toneladas, casi 2.000 toneladas por encima de las exportaciones del año 2018. ■

FRUTAS SUBTROPICALES

Además de los frutos rojos, otros cultivos frutales que se están desarrollando son los subtropicales. La chirimoya ya está asentada en la costa andaluza desde hace muchos años y desde hace años los agricultores han empezado a apostar por otros cultivos como la papaya o el mango. En 2019 España contaba ya con 2.402 hectáreas de chirimoyo en producción (cifra similar a la del año anterior).

Otros cultivos de frutas subtropicales que se van afianzando dentro de la agricultura española son el mango, la papaya y la piña. En 2019 había registradas unas 4.722 hectáreas de mango, 16 hectáreas de papaya y 9 hectáreas dedicadas al cultivo de la piña tropical, según los datos del Ministerio de Agricultura.



Impulsamos tus ventas



www.fresondepalos.es

La producción de piña dio paso a unas exportaciones por encima de las 36.522 toneladas en 2019 (2.500 toneladas menos que en el año precedente). Asimismo, también se vendieron en el exterior 47.206 toneladas de mangos y guayabas, un volumen inferior en un 30% al que se exportó un año antes.

Finalmente, al cultivo de la papaya se destinan en España cerca de 575 hectáreas, la mayor parte de ellas de invernadero. ■

GRANADA Y CAQUI

El granado es un frutal que lleva muchos siglos en España. Extendido por el sureste del país principalmente, la producción se fue abandonando hasta casi desaparecer. En las últimas décadas, el cultivo del granado se ha ido recuperando y en 2019 ya había 6.168 hectáreas en España, unas 225 hectáreas más que en el año 2018. Además del consumo de la granada sin preparar, actualmente se comercializan preparados de esta fruta (zumos, etc.) que tienen mucha aceptación en el mercado.

En la línea del níspero está el caqui, una producción minoritaria pero en clara posición de crecimiento. En 2019, la superficie de caqui volvió a crecer considerablemente y se situó en 18.057 hectáreas (unas 300 hectáreas más que en 2018). El cultivo del caqui se concentra también en la Comunidad Valenciana y cuenta también con una marca de calidad reconocida: la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer. En el año 2019 se exportaron algo más de 210.000 toneladas de esta fruta, un 25% más que el año anterior. El comercio de caqui se concentra principalmente en el último trimestre del año y la fruta tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales. ■

FRUTOS ROJOS

España cuenta también con una pujante producción de frutos rojos que año a año se van abriendo paso en la producción agraria. Después del espectacular crecimiento de la superficie de frambuesero cultivada en los años 2015, 2016 y 2017, en 2018 se produjo una reducción del cultivo que continuó en 2019.

En concreto, la superficie registrada por el Ministerio de Agricultura ascendía al acabar el año a 1.668 hectáreas.

Además de frambuesa, en España se está desarrollando también el cultivo de otras producciones de frutos rojos, que tienen mucha salida en los mercados internacionales. En concreto, se producen cantidades pequeñas de arándanos, grosellas y moras, que se destinan principalmente a la exportación.

En este sentido, las exportaciones de estas frutas rojas en el año 2019 totalizaron casi 147.000 toneladas, unas 36.000 más que un año antes.

El grueso fueron las ventas al exterior de frambuesas (68.659 toneladas, unas 18.000 más que en 2018) y de arándanos (68.478 toneladas), pero en 2019 también se exportaron 6.863 toneladas de moras y unas 2.800 toneladas de grosellas. ■

PLÁTANO

Los auténticos plátanos son unas frutas grandes, harinosas, con poco contenido en azúcares que se suelen comer fritos, cocidos o asados, edulcorados con melazas, azúcar o miel para hacerlos más agradables al paladar. Estos plátanos pertenecen al género *Musa paradisíaca*, de donde probablemente han derivado otras plantas del género *Musa*. Sin embargo, dentro de este grupo de frutas la especie más extendida es la *Musa sapientium* (*Musa cavendishi*), que supone el 70% de la producción.

Sus frutos, más pequeños y más dulces, son las llamadas bananas que una vez alcanzado el climaterio (maduración) resultan perfectamente comestibles de forma directa, hasta el punto de que se trata de la fruta que más se vende en el mundo y que es objeto de mayores transacciones internacionales.

En España se optó en su día por el cultivo de plantas de la especie *Musa cavendishi*, variedad enana. Sin embargo, desde el primer momento en vez de banana se le dio el nombre de plátano canario, que se caracteriza por su bajo porte, que hace que las plataneras enanas sean muy adecuadas para resistir los vientos marinos que azotan los troncos.

La producción de plátano en 2019 fue mejor que la del año anterior, ya que se registró un aumento del 3% y se produjeron 396.700 toneladas. La superficie de plataneras en Canarias ronda las 6.900 hectáreas, de las cuales algo más de la mitad se cultivan en los invernaderos.

La hectárea de platanera es con diferencia la superficie de cultivo más cara de España.

El grueso de la producción se comercializó en el mercado nacional, si bien al internacional se destina también una buena parte de la misma, según datos de Aduanas. Así, en 2019 se exportaron 97.125 toneladas de plátanos (7.000 toneladas menos que un año antes), mientras que se importaron 307.000 toneladas de plátanos y bananas, un volumen inferior en un 16% al del año 2018. En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2019 rondó las 428.000 toneladas, un volumen un 2,7% superior al producido en el año anterior. Además de España, que aporta casi el 90% de la producción, también hay producción de bananas en Francia, Portugal, Grecia y Chipre, así como también en Martinica y Guadalupe. La producción comunitaria es muy poca para abastecer la demanda, que en el año 2019 superó los 6 millones de toneladas. El país que más plátanos-bananas vendió a la Unión Europea fue Ecuador, en virtud de los acuerdos comerciales firmados.

Finalmente, la producción mundial de este tipo de frutas ascendió de nuevo en 2019 y logró rondar los 155 millones de toneladas. ■



Con la mejor agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

CÍTRICOS

Las numerosas especies que forman parte del género “Citrus” proceden de Asia, de las zonas tropicales y subtropicales. Desde allí se distribuyeron por África y el sudeste de Europa, para pasar posteriormente a América.

Los cítricos cultivados en el mundo se localizan entre los 40° de latitud norte y 40° de latitud sur, desde la orilla del mar hasta altitudes que sobrepasan los 1.000 metros.

En España el límite máximo tolerable es de 400 metros y se localizan a lo largo de toda la costa levantina y parte de la atlántica, desde Tarragona hasta Ayamonte (Huelva).

En los últimos años, la superficie destinada al cultivo de cítricos en España ha ido disminuyendo, pero todavía sigue siendo la más importante de todos los frutales y además, en 2019 se incrementó ligeramente.

Así, al terminar el año en España había 307.560 hectáreas dedicadas al cultivo de los cítricos, un 1% más que en 2018, que se concentraban en el litoral este y suroeste de la península, especialmente en la Comunidad Valenciana (60%), Andalucía (25%), Murcia (10%) y Cataluña (3%).

En cuanto a las actividades relativas a la confección y comercialización de los cítricos para su comercio en fresco, éstas se concentran mayoritariamente en la Comunidad Valenciana.

Por cultivos, el naranjo es todavía el que más superficie ocupa en España: 149.909 hectáreas en 2019 de naranjo dulce y 275 hectáreas de naranjo amargo.

La segunda posición en cuanto a superficie la ocupa el mandarino, con algo más de 104.498 hectáreas en 2019 y

la tercera el limonero, con 49.074 hectáreas, 3.000 hectáreas más que un año antes. Además de estas producciones, también se cultivan en España pomelos y otros cítricos, que cuentan con una superficie de 2.422 hectáreas y de 1.382 hectáreas respectivamente. ■

CÍTRICOS EN ESPAÑA

La producción de cítricos en España ha experimentado en los últimos años una gran transformación varietal. Actualmente ya casi no quedan naranjas sanguinas y también han desaparecido otras variedades muy prometedoras, al tiempo que han surgido otras nuevas con mucha fuerza, como es el caso de la naranja lane late.

Las mandarinas clásicas, aunque tienen un sabor y un aroma superiores a las nuevas variedades en satsumas y clementinas, tienen el inconveniente de tener pipas, lo cual comercialmente resta mérito a estas frutas.

La gran versatilidad de estas frutas permite escalonar las fechas de recolección. Cada vez se buscan más en España variedades muy tempranas y muy tardías, para no coincidir con los envíos de Marruecos e Israel.

El auge de las mandarinas obedece, en parte, a que no tenemos tanta competencia como en naranjas y que las mandarinas se venden bien porque tienen pesos pequeños y se amoldan a la economía familiar.

La producción de limones también ha experimentado un importante auge en España gracias al mercado exterior.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS CÍTRICAS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2017/2018	2018/2019	2019/2020
NARANJAS	3.368,70	3.930,40	3.331,30
MANDARINAS	1.996,30	2.385	1.815,20
LIMONES	927,9	1.148,60	922,9
POMELOS	78	80,6	67,6
TOTAL	6.371	7.544,6	6.137

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NARANJAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	1.670	1796,4	1.629,80
BALEARES	10,4	9,2	8,9
CANARIAS	13,7	12,6	13,5
CATALUÑA	33,3	28,6	25,5
COMUNIDAD VALENCIANA	1.500,60	1.930,70	1.527,50
MURCIA	137,8	150,4	123,7
OTRAS CC.AA.	2,5	2,5	2,4
TOTAL ESPAÑA	3.368,70	3.930,40	3.331,30

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE NARANJAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	53.838	48.251	53.290	47.469
UE	6.739,0	6.270	6.505	5.840
ESPAÑA	3.654,8	3.368,70	3.930,40	3.331,30

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA.

La posición geográfica española permite anticipar las cosechas a las de otros países mediterráneos, sin tener que adelantar las recogidas.

En total, la campaña 2018/2019 terminó con una producción final de 7,5 millones de toneladas, de las que 3,9 millones eran naranjas, 2,3 millones mandarinas, 1,1 millones limones y el resto pomelos.

Por su lado, la producción nacional de cítricos en la campaña 2019/2020 se situó por encima de los 6,1 millones de toneladas, un 19% menos que en la campaña anterior, que fue muy buena por otra parte. De esta producción, el grueso (3,33 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranja dulce, un volumen muy por debajo del producido en la campaña 2018/2019.

El resto de la producción fue para las mandarinas (1,8 millones de toneladas, un 24% menos), limones (922.900 toneladas, 20% menos) y pomelos (67.600, un 16% menos). ■

CÍTRICOS EN LA UE Y EN EL MUNDO

Dentro de la Unión Europea, España es con mucha diferencia el gran país productor de cítricos. En la campaña 2019 eran españolas el 57% de las naranjas, el 63% de los limones, el 68% de las clementinas (satsumas y mandarinas incluidas) y el 78% de los pomelos de toda la UE. Consecuentemente, en consonancia con España la UE tuvo un balance negativo para los cítricos en la campaña 2019/2020. Se produjeron cerca de 5,8 millones de naranjas; 2,6 millones de mandarinas y clementinas, así como también 1,4 millones de limones. En todos los casos, las cosechas fueron peores que las de la campaña 2018/2019.

A nivel mundial, las cosechas de limón se acercan a los 8 millones de toneladas en la campaña 2019/2020. Por su lado, también se recogieron en esa campaña unos 31,6 millones de clementinas y satsumas, al tiempo que la producción de naranjas bajó hasta cerca de 47,5 millones de toneladas y la de pomelos quedó en 6,9 millones de toneladas. Las cosechas mundiales fueron inferiores a las de la campaña precedente, excepto en el caso de los pomelos. ■

LÍDERES EN LA EXPORTACIÓN

En cuanto al comercio, el sector de los cítricos abandera las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen. En 2019 se exportaron 3,54 millones de toneladas en total, un 11% más que en el año anterior, según datos de Comercio que tienen en cuenta el año natural, no la campaña de comercialización.

De estas ventas totales, 1,76 millones de toneladas fueron naranjas (un 15% más que en el año anterior); 1,37 millones mandarinas (volumen muy similar al de un año antes); 64.200 toneladas pomelos (un 35% más) y 734.000 toneladas limones (un 22% más).

Las importaciones por su parte fueron menores que un año antes en el caso de la naranja (se importaron 173.500 toneladas, un 1% menos) y del limón (un 38% menos, hasta las 59.600 toneladas). ■

CÍTRICOS PARA ZUMOS

Si bien la mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas se destina al consumo en fresco, cerca de 1,5 millones de toneladas de estas frutas van a otros usos entre los que destaca la industria de zumos.

A este respecto, hay variedades de naranjas que dan poco rendimiento en zumo (las navel, del 30 al 35%) por lo que se buscan las blancas selectas y comunes que sí dan buenos rendimientos (alrededor del 40-42%). Lo mismo ocurre con las mandarinas clementinas (40% de zumo) y con los limones comunes (25% de zumo) frente a otras mandarinas (33%) y limones selectos (verdelli y primofiori, 20%). Asimismo, anualmente en torno a 50.000 toneladas de mandarinas, en su mayoría satsumas, se destinan a la industria de gajos en conserva y generan en torno a 40 millones de euros. Prácticamente el 95% de la producción de gajos en conserva se exporta, pues en España el consumo es muy minoritario.

También una pequeña parte de la producción de naranjas se destina, junto con los destríos, a elaborar mermeladas, jaleas, confituras y cortezas para la pastelería.

Finalmente, una de las producciones más singulares derivadas de los cítricos es la mermelada de naranja amarga, que se obtiene a partir de cortezas de esta fruta y que tiene mucho más éxito en Reino Unido que en el mercado español.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	372	450,7	454,3
CATALUÑA	131	69,2	75,2
COMUNIDAD VALENCIANA	1.367	1650	1.156
MURCIA	123	124	117,3
OTRAS CC.AA.	4	91	12,4
TOTAL ESPAÑA	1.997	2.385	1.815,20

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	30.177	30.138	32.012	31.652
UE	3.431	2.913	3.213	2.643
ESPAÑA	2.343,0	1.996,30	2.385	1.815,20

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA.

Además de su consumo en fresco, una importante producción de fruta se destina anualmente a la elaboración de zumos. Según los datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, el consumo doméstico (en los hogares) de zumos y néctares descendió en 2019 un 5,4% respecto al año anterior. Se consumieron 372,6 millones de litros, por un valor de 395,5 millones de euros, y el consumo per cápita fue de 8,5 litros, un 6,4% menos que un año antes.

A este volumen de zumos consumidos habría que añadir otro volumen similar correspondiente al consumo en el canal HORECA. ■

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	109,7	134,3	102,2
COMUNIDAD VALENCIANA	250	329	258,9
MURCIA	555,7	672,7	548
OTRAS CC.AA.	12,9	12,6	13,8
TOTAL ESPAÑA	927,9	1.148,60	922,9

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	7.744	7.961	8.519	7.933
UE	1.535,0	1.472,0	1.684	1.470
ESPAÑA	995,9	927,9	1.148,60	922,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA.

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

CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	27,1	26	22,5
COMUNIDAD VALENCIANA	22	23,6	18,9
MURCIA	28,7	30,6	25,9
OTRAS CC.AA.	0,5	0,4	0,3
TOTAL ESPAÑA	78	80,6	67,6

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	6.562	6.620	6.781	6.970
UE	106	107	108	89
ESPAÑA	73,3	78	80,6	67,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA.

FRUTOS SECOS

A nivel mundial, la producción de almendra, nuez, anacardo, pistacho, avellana, pacana, macadamia, nuez de Brasil y piñón (que son los frutos secos más extendidos por el mundo) ha crecido considerablemente en los últimos años. En conjunto, estas producciones superan los 5 millones de toneladas y Estados Unidos es el mayor productor, con aproximadamente el 40% del total.

Otros países con grandes producciones son Turquía, China e Irán. España ocupa el noveno lugar en la producción mundial.

La producción española de frutos secos resulta muy variable de año en año debido a la incidencia de las heladas, que afectan a la floración y al posterior cuajado del fruto. Este problema afecta a los principales países

productores, lo que determina grandes oscilaciones de precios. ■

ALMENDRAS Y AVELLANAS

El almendro, el avellano, el castaño y el nogal son las cuatro variedades de frutales de fruto seco que más superficie ocupan en España. Mientras el cultivo de los dos primeros se ha ido reduciendo progresivamente en las últimas décadas, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge.

En el año 2019 había cerca de 822.879 hectáreas dedicadas al cultivo del almendro, de las cuales 700.156 hectáreas eran de almendros para uso comercial y el resto tierras abandonadas o no comerciales.

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

PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2017	2018	2019
ALMENDRAS (CÁSCARA)	263,8	339	331,8
CASTAÑAS	156,2	184,7	159,3
AVELLANAS (CÁSCARA)	10,5	8	12,6
NUEZ (CÁSCARA)	15,7	15,2	15

FUENTE: MAPA.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	2,5	2,7	2,7
CASTILLA-LA MANCHA	1,3	1,6	1,7
CATALUÑA	2,3	2,2	2,1
EXTREMADURA	2,4	1,8	2,2
GALICIA	2,7	2,7	1,8
OTRAS CC.AA.	4,5	4,2	4
TOTAL ESPAÑA	15,7	15,2	15

FUENTE: MAPA.

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

	2017	2018	2019
MUNDO	2.060	2.000	2.123
UE	121	130	125
ESPAÑA	15,7	15,2	15

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	65,9	107,8	112,5
ARAGÓN	51,4	64	60,7
BALEARES	5,6	6,1	4,6
CASTILLA-LA MANCHA	42,8	35,2	35,8
CATALUÑA	17,6	16,9	22,3
COMUNIDAD VALENCIANA	42,8	35,2	35,9
LA RIOJA	2,6	3,9	4,1
MURCIA	30	24,5	25,8
NAVARRA	3	2,5	2,5
OTRAS CC.AA.	2	42,9	27,6
TOTAL ESPAÑA	263,8	339	331,8

FUENTE: MAPA.

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

	2017	2018	2019
MUNDO	3.629	4.800	4.670
UE	378	430	420
ESPAÑA	263,8	339	331,8

Datos de almendra cáscara. FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

a la de la anterior campaña pasada, pues se recogieron 331.800 toneladas cáscara (un 2% menos).

A nivel mundial, el principal productor de almendras es Estados Unidos (especialmente en California y Florida), que se ha especializado en las variedades mollaras. 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 la Unión Europea, que es uno de los principales consumidores mundiales de almendra. Incluso España, donde las importaciones de almendras no eran muy frecuentes, utiliza cada vez más almendra californiana para la elaboración de turrones, mazapanes y bollería.

En los últimos años, el sector de la almendra ha vivido una auténtica revolución gracias al incremento del consumo mundial y a la llegada de nuevas variedades de almendros más productivos.

No obstante, la evolución del cultivo depende mucho de las condiciones climáticas de los primeros meses del año. Respecto a la avellana, la cosecha nacional en 2019 fue muy buena, tras la desastrosa campaña del año anterior. Al final, se recogieron 12.600 toneladas en cáscara (un 58% más que en 2018).

Ese año había cultivadas en España un total de 16.213 hectáreas, de diversas variedades (negretas, cordobesas, asturianas, etc.).

Con el paso de los años, la producción comercial de avellanas se ha ido reduciendo prácticamente a la provincia de Tarragona debido a que el cultivo es poco rentable.

Las avellanas son un fruto característico de los países de la cuenca del Mediterráneo. Desde Grecia pasaron a Turquía por el este y a Italia y España por el oeste. Turquía es actualmente el principal productor mundial (67%) e Italia es el principal productor comunitario y segundo a nivel mundial. Las avellanas proporcionan mayores rendimientos en grano (45%) que las almendras.

Almendras, avellanas y los demás frutos secos se suelen recolectar en el Hemisferio Norte desde finales de verano hasta mediados de otoño. El momento de la cosecha viene determinado en las almendras y otros frutos secos cuando el fruto se abre y deja ver la almendra existente en su interior, que es la capa más interna del fruto.

Dentro de esa cáscara dura está la almendra grano que es la verdadera semilla. Las almendras y avellanas pue-

den comercializarse en cáscara o en grano, pero cada vez va siendo más infrecuente su venta al público en cáscara, puesto que casi toda la cosecha se descascara para reducir peso inútil. Tan sólo las nueces, cuyo “descascamiento” suele implicar la rotura de la semilla, se siguen vendiendo tal cual en algunos casos. ■

NUECES, CASTAÑAS Y PISTACHOS

En los últimos años se ha registrado en España un significativo aumento del cultivo del nogal. Así, en 2019 había de 15.204 hectáreas dedicadas al nogal de fruto, una 1.000 hectáreas más que un año antes (también creció la superficie en la misma proporción en el año 2018).

Por su lado, al igual que sucedió en 2018, la producción de nueces fue mala, pues se recogieron 15.000 toneladas en cáscara, un 1% menos.

Otro fruto seco tradicional es la castaña, que en los últimos años ha vivido un resurgir del cultivo en España. La

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CASTAÑAS (CÁSCARA) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	7,2	8,5	5,2
CASTILLA Y LEÓN	2,5	8,1	6
EXTREMADURA	3,5	3,6	4,4
GALICIA	142,5	161,8	143
OTRAS CC.AA.	0,5	2,7	0,7
TOTAL ESPAÑA	156,2	184,7	159,3

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE CASTAÑA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2017	2018	2019
MUNDO	24.400	23.300	23.000
UE	1.510	1.440	1.400
ESPAÑA	156,2	184,7	159,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.

PRODUCCIONES DE PISTACHO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2017	2018	2019
MUNDO	781	648,9	780
UE	8,4	15	10,6
ESPAÑA			

Datos de pistacho cáscara. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.



superficie dedicada al castaño de fruto en 2019 se elevó a 23.733 hectáreas (unas 900 hectáreas más que un año antes, según datos del Ministerio de Agricultura).

La producción de castaña por su parte quedó en 159.300 toneladas cáscara, un volumen inferior en un 14% al del año precedente, en el que la cosecha también se redujo sensiblemente.

En España, la producción de castaña se concentra principalmente en Andalucía y en Galicia y se destina básicamente a la alimentación animal, aunque los frutos más sanos van a la alimentación humana, bien para consumo directo, bien como castañas totalmente desecadas (castañas “pilonas”).

También se consume parte de la producción como mermelada de castañas y los famosos “marrón glacés”, que son los frutos cocidos, pelados, embebidos en agua azucarada y glaseados con azúcar.

Por su lado, en España, el cultivo del pistacho está creciendo considerablemente desde hace ya varios años.

Los pistachos son frutos secos que se abren fácilmente, contienen unas semillas de sabor parecido al de los piñones y se utilizan como “snacks”. La mayor parte de los pistachos se importa de otros países mediterráneos y de Oriente Próximo.

En 2019 la superficie cultivada ascendía a 32.114 hectáreas, cuando dos años antes sólo había 15.850 hectáreas.

En los años previos, la superficie se había incrementado en porcentajes similares.

Finalmente, piñones, bellotas y cacahuetes son frutos secos de consumo frecuente en España. Los piñones se recolectan en los pinos piñoneros, pero los altos costes de dicha recolección sitúan al fruto tostado y pelado a precios prohibitivos, que tienen muy difícil competir con los piñones que vienen de fuera.

La escasa rentabilidad ha hecho también desaparecer prácticamente el cultivo del cacahuete en Valencia, porque la competencia de los países tropicales es muy fuerte. A nivel mundial, además de todos los frutos secos ya citados tienen importancia desde el punto de vista económico el anacardo brasileño, la pecana (nuez americana), la macadamia (australiana y neozelandesa) y el cacahuete o maní (brasileño), etc. ■

COMERCIO Y CONSUMO DE FRUTOS SECOS

La balanza comercial del sector de los frutos secos suele tener un saldo negativo, pues España importa mucho más de lo que exporta. Además de avellanas y almendras, que son los frutos que más se comercializan, también se importa del exterior pistachos, anacardos, nueces de Brasil, macadamias y, en general, otras especies que contribuyen a diversificar la oferta de frutos secos en el mercado interior y satisfacer las exigencias de la demanda.

Los frutos secos se suelen consumir directamente, una vez extraída la cáscara. Una buena parte de la producción de frutos secos se destina a la fabricación de “snacks” y diversos aperitivos, pero también hay un pequeño consumo, cada vez menor, de almendras y otros frutos recubiertos de azúcar (peladillas, garrapiñadas, etc.).

Sin embargo, el principal destino de los frutos secos es el industrial. Las industrias turroneas, las de mazapanes, la pastelera y la de bollería absorben cada año cerca de 40.000 toneladas de almendras, de las cuales el 70% son de importación, aunque las mejores calidades de turrón y mazapán siguen utilizando almendras nacionales, básicamente de la variedad marcona.

En 2019, entre almendra grano y cáscara se exportaron unas 107.824 toneladas (un 14% más), por un valor de 683,8 millones de euros (también muy por encima del valor del año precedente).

Al mismo tiempo, se importaron 110.464 toneladas (un 2% más), por un valor de 325 millones de euros.

El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos, que es quien domina el mercado mundial desde sus producciones de California.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron unas 4.198 toneladas con y sin cáscara (un 74% más que un año antes) y se importaron 6.425 toneladas (un 29% más).

En este caso, el país que más avellana nos vendió fue Turquía. Precisamente, el mercado exterior de la avellana española ha ido perdiendo importancia en los últimos años porque Turquía controla el mercado mundial, programando sus exportaciones y su industrialización.

Además de las almendras, importamos anualmente cantidades importantes de nueces (32.035 toneladas en 2019, un volumen inferior en un 15% al del año prece-

dente) y exportamos cerca de 2.527 toneladas, algo más de un 10% por encima de las exportaciones del año precedente, según datos de Aduanas.

También Estados Unidos está entre los países a los que más nueces les compra España y otro país netamente importador es Chile.

Asimismo, entre las exportaciones de frutos secos destacan las partidas de castaña, que en el año 2019 se elevaron a casi 10.872 toneladas (un 42% más que un año antes) frente a unas importaciones de 3.896 toneladas (un 17% menos).

Por su lado, España también exporta pequeñas cantidades de pistachos (1.379 toneladas en 2019, un volumen por encima del importado en 2018), e importamos más de 14.818 toneladas (28% más que un año antes).

Igualmente, el comercio de piñones también es muy importante. En 2019 se importaron 5.658 toneladas frente a las 15.414 toneladas del año precedente, y se exportaron sólo 837 toneladas frente a las 721 del año 2018. ■

HORTALIZAS

Dentro de las producciones agrícolas, el grupo de las hortalizas es sin duda uno de los más variados, pues incluye desde las verduras o plantas de hoja (que se consumen bien crudas o bien cocinadas), a las legumbres verdes (como el guisante, por ejemplo), pasando por los tubérculos (como la patata) y las producciones de fruto y flor (como el pimiento o el calabacín).

El cultivo de las hortalizas se ha diversificado mucho a lo largo de la historia bajo la tutela del ser humano, que siempre ha tratado de aprovechar las mutaciones espontáneas y de exacerbar las características útiles y aprovechables de estas plantas.

Las primeras hortalizas de las que se tiene noticia son el ajo y la cebolla, que se cultivaban en Asia hace más de 7.000 años.

Hoy en día se puede encontrar en el mercado una gran variedad de hortalizas de orígenes diversos (local, nacional, importación, etc.) y con distintas presentaciones (frescas, congeladas, deshidratadas, en conserva, etc.). Esta diversificación de la oferta se irá ampliando con toda seguridad en los próximos años. ■



HORTALIZAS EN ESPAÑA

Si bien la superficie dedicada al cultivo de las hortalizas ha ido perdiendo peso en la agricultura española, nuestro país sigue siendo una potencia mundial en este tipo de producciones. La merma en la superficie cultivada se ha compensado con un aumento de la productividad por hectárea.

Gracias al escalonamiento de cosechas, en España es posible disponer de una variada oferta de hortalizas durante prácticamente todo el año. Así ocurre con los pimientos, los pepinos, las cebollas y los tomates.

En un mismo terreno se puedan cultivar numerosas hortalizas, a veces asociadas, a veces siguiendo una rotación, o secuencia estacional. Ello permite a los agricultores planificar la oferta y adaptarse con cierta facilidad para campañas sucesivas a la demanda.

De todos modos, la demanda es relativamente estable y generalmente suele adaptarse a la oferta de temporada, que es la que le proporciona hortalizas a mejor precio.

La producción de hortalizas en 2019 experimentó una subida del 4% en volumen y una bajada de precios del 1,4% en los precios, según las estimaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), de cara a calcular la renta agraria nacional.

En euros corrientes, la producción generada por el sector de las hortalizas alcanzó en 2019 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 9.624,8 millones de euros, un valor superior al del año precedente. En estos datos no está incluida la patata, que se analiza aisladamente, pero sí las flores y plantas de vivero aunque su aportación es muy pequeña.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas (patata no incluida) representaron en 2019 el 32,8% (por encima del porcentaje del año 2018) y con respecto a la Producción Agraria total, este subsector representó el 19%, también por debajo del año anterior.

En España se cultivaron en 2019 cerca de 300.000 hectáreas de hortalizas, entre las que no estaban incluidas las superficies de melón, sandía, fresa y champiñón. El grueso de estas superficies eran tierras de regadío y en torno al 70% era cultivo al aire libre y el 30% invernaderos.

En 2019 las cosechas en general fueron mucho mejores que las del año precedente. ■

EL LIDERAZGO DEL TOMATE

Dentro de las hortalizas, el tomate en sus diferentes versiones (para consumo en fresco, industria, etc.), es el que más terreno ocupa: en 2019 un total de 57.400 hectáreas, de las que la mayor parte eran de tomate para uso industrial. Comparados con los datos de 2018, en 2019 se apreció un aumento en la superficie general, pero un descenso en la de tomate para industria.

La lechuga, con 35.400 hectáreas (1.700 hectáreas más que en 2018), la cebolla y el ajo (con aproximadamente 24.800 hectáreas y 27.600 respectivamente), son los cultivos más extendidos. En el caso del ajo, se observa también un fuerte crecimiento de las siembras en los últimos años, en consonancia con un aumento de la demanda.

Por su parte, la producción nacional total de hortalizas en 2019 se acercó a los 13,6 millones de toneladas, entre producciones de tallo y hoja (lechuga, col, etc.), de fruto,

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TOMATE POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	2.234	1.978	2114,1
ARAGÓN	53	52,5	47,4
BALEARES	14	13,3	8,6
CANARIAS	84	72,5	71,6
CASTILLA-LA MANCHA	82	81,4	74
CATALUÑA	48	46	43,8
COMUNIDAD VALENCIANA	75	85,9	86,3
EXTREMADURA	2.075	1.918	2.223,80
GALICIA	92	91,7	85,7
LA RIOJA	16	13	14,5
MURCIA	223	199,3	276,8
NAVARRA	148	140,9	150,8
OTRAS CC.AA.	20	76	16
TOTAL ESPAÑA	5.164	4.769	5.213

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE TOMATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	179.508	182.301	182.256	199.000
UE	17.791	17.402	16.731	16.554
ESPAÑA	5.156	5163,5	4.769	5.213

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

de flor (alcachofa y coliflor), de bulbo y raíz (ajo, cebolla, etc.), leguminosas (judías, guisantes...). En este dato, que supuso un incremento del respecto a la producción del año 2018, no están incluidas la producciones de frutas-hortalizas (melón, sandía y fresa), ni tampoco los de champiñones y setas.

Como ya es habitual, la mayor producción hortícola española en 2019 fue la de tomate (con más de 5,2 millones de toneladas y un incremento del 9,3% respecto al año anterior, cuando la producción retrocedió en el mismo porcentaje), entre producción para el consumo en fresco y en conserva (que supone casi la mitad), seguida de la cebolla (1,36 millones de toneladas en 2019, con un crecimiento del 37,6% respecto a la cosecha anterior).

La tercera producción en importancia por su volumen es el pimiento, cuya producción llegó en 2019 a 1,44 millones de toneladas, entre producción para consumo en fresco y en conserva, un 13% más que en el año anterior. Otros cultivos hortícolas emblemáticos de la producción española como el calabacín y el ajo tuvieron un balance positivo en 2019, al igual que la lechuga, la alcachofa, las judías verdes o las zanahorias.

Por el contrario, cultivos como la berenjena, el brócoli y el pepino tuvieron un balance negativo en cuanto a producción. ■

COMERCIO EXTERIOR

El aumento de la oferta, la desestacionalización y las cada vez mejores técnicas de conservación han permitido mejorar los intercambios de hortalizas entre unos países y otros.

España se ha convertido con los años en un exportador neto de este tipo de producciones. En el año 2019, las exportaciones totales (incluidas las de patata y sin tener en cuenta las frutas-hortaliza como el melón, la sandía o la fresa) alcanzaron un valor de 5.647 millones de euros, un 6,7% más que un año antes. En volumen, las exportaciones sumaron 5,75 millones de toneladas, un 7,5% más que en 2018.

En 2019, el tomate dejó de ser la hortaliza más exportada en volumen tras varios años de caídas, pero se mantuvo en el segundo lugar. Al finalizar el año se habían exportado 767.368 toneladas (un 6,5% menos que en 2018).

La primera posición en el ranking de la exportaciones de hortalizas fue en 2019 para el pimiento, con 828.959

toneladas, seguido de la lechuga (que en 2019 ocupó la segunda posición), con 760.391 toneladas.

El ranking lo completaron el pepino (704.460 toneladas), las coles (483.845 toneladas), el calabacín (414.930 toneladas) y la cebolla (404.587 toneladas).

Por su lado, la importación de hortalizas ascendió en 2019 a 1,51 millones de toneladas (un 7,1% más, que fue el porcentaje de crecimiento en 2018), por un valor de 930,6 millones de euros (un 15% más que en 2018). En estos datos están incluidos los correspondientes a la patata, que constituye el grueso de las compras (56% del total en 2019).

En cuanto a los mercados de destino, a la UE se destinaron el grueso de las exportaciones, con Alemania como principal mercado. ■

HORTALIZAS EN LA UE

El 2019, el valor alcanzado por las hortalizas comunitarias (sin incluir a la patata) a efectos de calcular la renta agraria anual fue de 52.262 millones de euros, una cifra superior a la del año precedente en un 5,6%, según datos de la Comisión Europea.

Con respecto a la Producción Vegetal final, el sector de las hortalizas de la UE representó en 2019 el 26,7% y 15,3% de la Producción Agraria final (en estos datos no está incluida la patata). En ambos casos, los porcentajes fueron superiores a los de un año antes.

En la Unión Europea, el cultivo de hortalizas ocupó cerca de 2,3 millones de hectáreas en el año 2019. La producción comunitaria de hortalizas ronda los 60 millones de toneladas anuales y las tres producciones estrella son el tomate, la cebolla y la zanahoria. También tienen importancia las producciones comunitarias de pepino y calabacín.

A este respecto, el principal cultivo hortícola de la UE es el tomate. Italia como primer país productor, y España suman juntos más 65% de la producción comunitaria de tomate.

En 2019 la producción comunitaria de tomate alcanzó los 16,5 millones de toneladas, un 1% menos que en el año anterior. De la producción total, 6,45 millones fueron tomates para su consumo en fresco (un 4,7% menos que en 2018) y el resto, tomate para uso industrial, cuya producción subió ligeramente.

Por países, la producción de tomate fresco está liderada por España, seguida de Holanda. En tomate industrial

destaca Italia, seguida de España. Y en conjunto, otros países con producción de tomate son también Francia, Grecia y Portugal.

Asimismo, en pepino destacan por su producción España, Polonia y Holanda; en zanahoria Reino Unido, Polonia y Holanda y en calabacín, España, Italia y Francia. La producción anual en 2019 se redujo por la caída de la cosecha española y se mantuvo en 2,8 millones de toneladas.

La UE importa cerca de 1,5 millones de toneladas de hortalizas al año, que proceden principalmente de países africanos, con Marruecos a la cabeza, y del Próximo Oriente. También desde la UE se exporta a terceros países. Anualmente las ventas rondan los 3 millones de toneladas.

Las hortalizas más exportadas a países no comunitarios en 2017 fueron las patatas, las cebollas y los ajos. También fueron importantes las ventas al exterior de tomates, que se incrementaron hasta las 118.000 toneladas. Los países de destino del tomate comunitario son Suiza, Bielorusia, Rusia y Arabia Saudí.

La balanza comercial para el tomate es negativa, pese a la gran producción comunitaria. En 2019, se importaron 647.000 toneladas, unas 17.000 más que un año antes. ■

PATATA

La patata es el tubérculo de la planta del mismo nombre, que perteneciente a la familia de las solanáceas. Por su lado, los tubérculos no son raíces sino engrosamientos subterráneos de los tallos.

Entre las variedades de patata, el principal criterio de clasificación que se utiliza es su color de piel (rojo, amarillo, blanco) junto con el color de la carne (amarillo o blanco).

En la composición de la patata cabe destacar el contenido en hidratos de carbono, mayoritariamente en forma de almidón y una pequeña proporción como glucosa, fructosa y sacarosa. Al ser uno de los vegetales con mayor contenido en almidón tiene un gran aporte calórico (88 kcal/100 g de patatas).

Es una buena fuente de vitamina C, si bien una parte considerable de la misma puede perderse durante el proceso de cocción.

También aporta vitamina B6 y minerales como fósforo, hierro y magnesio, si bien, los aportes más significativos son los de potasio (25%). Éstos aportes, unidos a un

PRODUCCIONES DE PATATA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	376.883	380.000	368.169	370.000
UE	56.224	59.000	51.922	52.000
ESPAÑA	2.246,2	2.239,50	2.011	2.269

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PATATAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	263	264,5	300,8
ARAGÓN	16	14,3	14,9
ASTURIAS	12	6,8	7
BALEARES	57	50	50
CANARIAS	100,8	91	89,5
CANTABRIA	2	9,4	5,1
CASTILLA Y LEÓN	887	810,2	933
CASTILLA-LA MANCHA	75	71,7	67
CATALUÑA	19,7	19,7	19,3
COMUNIDAD VALENCIANA	61	65,2	73,7
EXTREMADURA	26	22,2	26,1
GALICIA	438,9	317,3	372,5
LA RIOJA	49	38,5	46
MADRID	2	10,4	10,4
MURCIA	169,5	145,8	192
NAVARRA	12	10,2	10,7
PAÍS VASCO	49	63,8	50,2
TOTAL ESPAÑA	2.239,5	2.011	2.269

FUENTE: MAPA.



escaso contenido en sodio, la convierten en un alimento recomendable en caso de hipertensión o afecciones cardiovasculares, por sus propiedades diuréticas y vasodilatadoras. ■

PATATA EN ESPAÑA

Las patatas llegaron del continente americano y los españoles las pusieron de moda como producción agrícola de consumo masivo. Hoy, este tubérculo es un alimento básico cultivado principalmente en las regiones templadas de todo el mundo y que está presente en el mercado durante todo el año.

En España, la producción de patata en 2019 aportó cerca del 1,5% de la Producción Final Agraria y el 2,6% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año 2018, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Al contrario que en el año anterior, este cultivo registró en 2019 un aumento importante en el volumen de producción. Según los datos del MAPA a efectos de calcular la renta agraria, la producción de patata en 2019 aumentó en volumen un 12,8%, al tiempo que los precios subieron de media un 0,8%. En el año 2018 se produjo una caída del volumen de producción del 10% y una bajada de los precios muy significativa.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 768,7 millones de euros a precios corrientes, frente a los 676 millones del año 2018.

A nivel de cultivo, la superficie se incrementó, al contrario que en 2018. Se sembraron 68.500 hectáreas en todo el territorio nacional, 1.000 hectáreas menos que un año antes.

En cuanto a la producción, ésta se situó en 2,2 millones de toneladas, un volumen superior en un 12,8% al del año precedente, según estimaciones del MAPA.

Aunque la producción está extendida por todo el territorio nacional, las regiones con mayor producción de patata en 2019 fueron Castilla y León (41% del total), Galicia (16%), Andalucía (13%) y la Región de Murcia (8%).

Por variedades, en 2019 se registraron aumentos en todas las campañas (extra-temprana, temprana, media estación y tardía). La producción de media estación fue la mayor de todas las cosechas, pero no llegó al millón de toneladas (901.000 toneladas).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	2016	2017	2018	2019
AJOS	210	274,7	273,5	274,6
ALCACHOFAS	221,7	223,2	195,6	201,6
BERENJENA	242,6	225,9	238,3	231,2
BRÓCOLI	483	541	543,1	541
CALABACINES	581,5	587,2	596,3	602
CEBOLLAS	1.384,0	1.359,3	1.273	1.369,6
COLIFLORES	161,4	147,3	188	187,8
JUDÍAS VERDES	171,7	163,6	138,9	141,3
LECHUGAS	929,9	976,1	934,7	1.008,50
PATATAS	2.246,2	2.239,50	2.011	2.269
PEPINOS	631,2	634,5	643,6	622
PIMIENTOS	1.172,6	1.274,3	1.271,7	1.441,4
TOMATES	5.156	5.163,5	4.769	5.213
ZANAHORIAS	405	389,8	382,4	386,2

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHUGAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	277,8	268,3	333,2
CASTILLA-LA MANCHA	75	62	68,5
CATALUÑA	22,2	20,3	19,5
COMUNIDAD VALENCIANA	65,8	59,6	64
GALICIA	23	26	24
MURCIA	453	422,5	430,4
OTRAS CC.AA.	69	76	68,5
TOTAL ESPAÑA	976,1	934,7	1.008,50

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE LECHUGAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	26.669	26.866	27.256	27.350
UE	2.291	2.364	2.220	2.300
ESPAÑA	929,9	976,1	934,7	1.008,50

FUENTE: MAPA, 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.



Respecto al comercio exterior, como es habitual en 2019 España volvió a ser un país netamente importador de patata, pues las compras aumentaron. Así, se pasó de importar 817.600 toneladas en 2018 a 839.272 toneladas. 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 2019 aumentaron un 13% las salidas en volumen, hasta 17.548 toneladas, por un valor de 153 millones de euros (superior al del año precedente). ■

CONSUMO DE PATATA

En los hogares española, según datos del panel que publica el Ministerio de Agricultura, el consumo de patata descendió en volumen en 2019, pero no en valor. En cifras totales, se consumieron en los hogares hasta 1.273 millones de kilos (1,3% menos que en 2018), por un valor total de 1.213 millones de euros.

El consumo per cápita en 2019 dentro de los hogares fue de 27,62 kilos, un 2,3% menos que un año antes, mientras que el gasto per cápita fue de 26,3 euros (8,4% más). Del consumo per cápita total, el grueso fueron patatas frescas (73% en 2019) y el resto fueron patata congelada y procesada.

Los individuos residentes en Cantabria son quienes mayor consumo per cápita realizaron en 2019: 33,91 kilos por persona y año. En el lado contrario, encontraremos la comunidad de La Rioja, donde el consumo fue inferior a la media nacional.

Fuera del hogar, el consumo de patata se situó en 4,2 kilos por persona y año, según los datos del panel del Ministerio de Agricultura. Este volumen supuso una ligera bajada con relación al del año precedente. ■

PATATAS EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la importancia del sector de la patata dentro de la agricultura es mucho mayor que en España. A efectos de calcular la renta agraria anual, en 2019 el sector representó el 6,4% de la Producción Vegetal Final y el 3,6% de la Producción Agraria final. En ambos casos, los porcentajes del año 2019 fueron mayores que los del 2018. El valor aportado por este subsector a la renta agraria comunitaria fue 12.495 millones de euros, según datos de la Comisión Europea. Este valor resultó ser un 12,4% más alto que el de 2018, año en el que también se produjo un

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ALCACHOFAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	22,2	22,3	25,2
CATALUÑA	12	9,3	11,1
COMUNIDAD VALENCIANA	62,1	58,4	58,3
LA RIOJA	2,4	2	1,8
MURCIA	101	86	87,7
NAVARRA	16,4	14,8	13,8
OTRAS CC.AA.	7	3	3,6
TOTAL ESPAÑA	223,2	195,6	201,6

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE ALCACHOFAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	1.422	1.505	1.679	1.700
UE	648	662	630	650
ESPAÑA	221,7	223,2	195,6	201,6

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

incremento del 5%, lo que da idea de la positiva evolución del sector en la UE.

La producción total de la UE quedó en 52 millones de toneladas, un 1% por debajo de la producción del año precedente. Junto con España, los países con mayor producción de patata fueron Francia (16% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata son Gran Bretaña, Irlanda y Bélgica. El sector de la patata comunitaria tiene una ventaja competitiva en los mercados internacionales, especialmente en los subsectores de las patatas de siembra y los productos transformados.

A nivel mundial, la producción de patata en 2018 superó los 370 millones de toneladas, según estimaciones. Además de la Unión Europea, otros grandes países productores de patata son China (20% del total), India y Estados Unidos. ■



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PIMIENTO FRESCO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	795,3	834,5	979,8
ARAGÓN	3,1	2,2	2,1
BALEARES	2,5	3,1	3,1
CASTILLA-LA MANCHA	62,5	40,7	46,8
CATALUÑA	7	6,4	6,2
COMUNIDAD VALENCIANA	59,8	58	64
EXTREMADURA	30,5	34,3	29,1
GALICIA	72,5	68,5	71
LA RIOJA	5,6	5,8	5
MURCIA	176,4	164	180,4
NAVARRA	34,2	29,5	27,6
OTRAS CC.AA.	24,9	24,4	26,3
TOTAL ESPAÑA	1274,3	1.271,7	1.441,4

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE PIMIENTO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	34.593	36.093	36.772	36.900
UE	2.500	2.637	2.580	2.700
ESPAÑA	1.172,6	1274,3	1.271,7	1.441,4

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE JUDÍAS VERDES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	57,8	31	33,8
CATALUÑA	5,9	7	6,4
COMUNIDAD VALENCIANA	7,3	6,5	6,4
GALICIA	45,9	48,5	48,7
LA RIOJA	8,8	17,4	18
OTRAS CC.AA.	38	28,5	28
TOTAL ESPAÑA	163,6	138,9	141,3

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE JUDÍAS VERDES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	23.597	24.221	24.753	25.000
UE	779	768	688	700
ESPAÑA	171,7	163,6	138,9	141,3

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE AJOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	73,6	66,5	59
CASTILLA-LA MANCHA	158,9	156,6	170,6
CASTILLA Y LEÓN	22,7	19,7	20,4
OTRAS CC.AA.	20,5	30,7	24,6
TOTAL ESPAÑA	274,7	273,5	274,6

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE AJOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	27.251	28.164	28.494	28.600
UE	339	406	389	400
ESPAÑA	210	274,7	273,5	274,6

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEBOLLAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	156	119,4	155,5
ARAGÓN	103	90,8	77,5
BALEARES	3,5	4,3	4,1
CANARIAS	8	7,7	7,6
CASTILLA-LA MANCHA	765	743,3	812,3
CASTILLA Y LEÓN	70	63	81,2
CATALUÑA	40	37,7	32,8
COMUNIDAD VALENCIANA	86,5	91,5	78
EXTREMADURA	5,3	5,5	5,1
GALICIA	35	28,1	31,8
LA RIOJA	3	2,8	2,9
MADRID	17	16	16,1
MURCIA	46	39,6	37,3
NAVARRA	17	19,5	23,8
OTRAS CC.AA.	4	3,8	3,6
TOTAL ESPAÑA	1359,3	1.273	1.369,6

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE CEBOLLAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	94.941	97.862	96.774	97.000
UE	6.587	6.737	5.160	5.300
ESPAÑA	1.384,0	1359,3	1.273	1.369,6

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	186	197,1	193,2
EXTREMADURA	6,7	5,6	5,1
CATALUÑA	5	4,5	4,7
COMUNIDAD VALENCIANA	13,2	13,5	12,8
OTRAS CC.AA.	15	17,6	15,4
TOTAL ESPAÑA	225,9	238,3	231,2

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	51.193	52.309	54.077	53.600
UE	857	820	866	860
ESPAÑA	242,6	225,9	238,3	231,2

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.



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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	487,1	494,3	500
BALEARES	4,3	4,1	4,2
CASTILLA-LA MANCHA	1	1	1
CASTILLA Y LEÓN	1,6	1,5	0,6
CATALUÑA	9	8,1	6,9
COMUNIDAD VALENCIANA	18,2	14,7	15,3
EXTREMADURA	9,3	5,7	7,7
GALICIA	6,1	5,8	6,1
OTRAS CC.AA.	50	61	60
TOTAL ESPAÑA	587,2	596,3	602

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	26.532	27.450	27.000	27.500
UE	1.539	1.546	1.500	1.550
ESPAÑA	581,5	587,2	596,3	602

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	34,5	43,8	45,7
CATALUÑA	8,4	7,3	6,9
COMUNIDAD VALENCIANA	30,8	31,4	31
LA RIOJA	9,3	9,6	10,5
MURCIA	17	33	34
NAVARRA	27,5	39,5	39,4
OTRAS CC.AA.	19	23	20
TOTAL ESPAÑA	147,3	188	187,8

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	25.055	25.985	26.504	26.600
UE	2.330	2.436	2.310	2.300
ESPAÑA	161,4	147,3	188	187,8

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	543	547,6	533,8
NAVARRA	0,9	0,9	0,6
CATALUÑA	13,9	13,4	13,5
MADRID	4,9	4,9	4,9
COMUNIDAD VALENCIANA	6,9	7,1	6,9
EXTREMADURA	3,5	3,5	3
CANARIAS	41,7	41,7	33,4
MURCIA	15	20	22,1
OTRAS CC.AA.	4,8	4	4
TOTAL ESPAÑA	634,5	643,6	622

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	80.527	83.754	75.220	75.100
UE	2.643	2.725	2.860	2.800
ESPAÑA	631,2	634,5	643,6	622

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	150,3	141,5	148,6
CASTILLA-LA MANCHA	22	23,7	17,3
CASTILLA Y LEÓN	182,7	184	185,6
COMUNIDAD VALENCIANA	9,2	8,7	9,1
LA RIOJA	7,6	4,6	7,5
GALICIA	3	2,8	2,8
OTRAS CC.AA.	15	17	15,3
TOTAL ESPAÑA	389,8	382,4	386,2

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	41.968	42.832	39.996	40.000
UE	5.588	5.772	5.140	5.200
ESPAÑA	405	389,8	382,4	386,2

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT.

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

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	62,2	64,1	62,1
COMUNIDAD VALENCIANA	51	60	62
EXTREMADURA	67,8	67,8	58
MURCIA	204	202,2	223,6
CASTILLA-LA MANCHA	40,3	26,2	28,2
NAVARRA	76,8	76	72,4
OTRAS CC.AA.	39	46,8	35
TOTAL ESPAÑA	541	543,1	541

FUENTE: MAPA.

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

	2016	2017	2018	2019
MUNDO*	25.055	25.984	26.000	25.900
UE*	2.330	2.436	2.310	2.300
ESPAÑA	483	541	543,1	541

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT. * Incluye coliflor.



CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 2.626,3 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 4.933,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 56,9 kilos de consumo y 107,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (13,3 kilos por persona y año), lo que representa un 23,4% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,1 kilos per cápita y 12,5% del consumo total) y de los pimientos (4,8 kilos per cápita y 8,4% de consumo). Por

su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 4,0 kilos por persona al año (7,0% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 20,0%, con un total de 22,5 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 10,2% y un total de 10,9 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,8% del gasto total en hortalizas frescas (9,4 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 8,4% y 9,0 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.626,3	56,9	4.933,6	107,0
TOMATES	613,3	13,3	1.036,8	22,5
CEBOLLAS	327,0	7,1	413,6	9,0
AJOS	34,5	0,7	138,8	3,0
COLES	67,7	1,5	79,3	1,7
PEPINOS	93,4	2,0	127,8	2,8
JUDIAS VERDES	81,0	1,8	262,1	5,7
PIMIENTOS	222,1	4,8	431,4	9,4
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	60,4	1,3	244,5	5,3
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	182,6	4,0	502,4	10,9
ESPARRAGOS	32,1	0,7	78,0	1,7
VERDURAS DE HOJA	56,2	1,2	135,5	2,9
BERENJENAS	73,9	1,6	113,4	2,5
ZANAHORIAS	155,0	3,4	143,7	3,1
CALABACINES	182,3	4,0	250,5	5,4
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	444,7	9,6	975,8	21,2
BROCOLI	57,5	1,2	97,5	2,1
ALCACHOFAS	60,9	1,3	107,2	2,3
APIO	21,9	0,5	32,2	0,7
COLIFLOR	26,5	0,6	41,8	0,9
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	302,6	6,6	795,9	17,3
PUERRO	46,6	1,0	125,5	2,7



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2019 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 hortalizas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de hortalizas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de hortalizas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de hortalizas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y en el caso de las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Navarra y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Asturias, La Rioja y Castilla-La Mancha. ■



Una explosión de vitamina C

¿Conoces el pimiento Sweet Palermo®? Muy dulce, de piel fina, sin apenas semillas, especialmente versátil y muy rico en vitamina C. Sus características lo han consolidado como el favorito de los consumidores con el Premio Sabor del Año 2020 y el reconocimiento de los chefs más prestigiosos del mundo con el "Superior Taste Award", tres estrellas en su versión amarilla. Disponible durante todo el año en sus diferentes formatos. Descubre #TheSweetColours. ¡Elige tu color, disfruta su sabor!



Ver vídeo

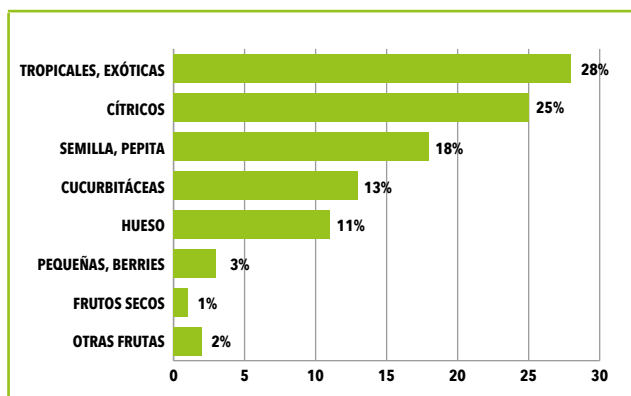



SweetPalermo®
www.sweetpalermo.com

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EN LA RED DE MERCAS 2019 (PORCENTAJES)

FRUTAS

Tropicales, exóticas	28%
<i>Plátano</i>	17%
<i>Kiwi</i>	3%
<i>Piña</i>	3%
<i>Aguacate</i>	2%
<i>Caqui</i>	1%
Otros	2%
Cítricos	25%
<i>Naranja</i>	17%
<i>Mandarina</i>	4%
<i>Limón</i>	3%
Otros	1%
Semilla, pepita	18%
<i>Manzana</i>	10%
<i>Pera</i>	5%
<i>Uva</i>	3%
Otros	-
Cucurbitáceas	13%
<i>Sandía</i>	7%
<i>Melón</i>	6%
Hueso	11%
<i>Melocotón</i>	5%
<i>Nectarina</i>	2%
<i>Ciruela</i>	2%
<i>Cereza y picota</i>	1%
<i>Albaricoque</i>	1%
Pequeñas, berries	3%
<i>Fresón-Fresa</i>	3%
<i>*Aparte algunas cantidades de Frambuesa, Mora, Grosella ...</i>	
Frutos secos	1%
<i>Castaña, Nuez, Dátil, Cacahuete, Almendra, Pistacho, Avellana ...</i>	
Otras Frutas	2%



VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2019

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalicante	240.481	307,3
Mercasturias	73.335	79,6
Mercabadajoz	884	1,1
Mercabarna	2.108.354	2.116,7
Mercabilbao	227.530	249,2
Mercacórdoba	54.707	53,8
Mercagalicia	27.149	33,3
Mercagranada	144.553	145,1
Mercairuña	27.548	39,4
Mercajerez	37.788	29,1
Mercalaspalmas	173.909	213,4
Mercal León	17.331	21,6
Mercamadrid	2.075.232	2.462,3
Mercamálaga	198.619	225,6
Mercamurcia	107.656	114,6
Mercapalma	193.896	204,5
Mercasalamanca	40.698	40,9
Mercasantander	27.291	33,8
Mercasevilla	234.802	257,2
Mercatenerife	99.375	122,9
Mercavalencia	257.155	255,6
Mercazaragoza	120.760	131,0
TOTAL	6.489.053	7.138,0

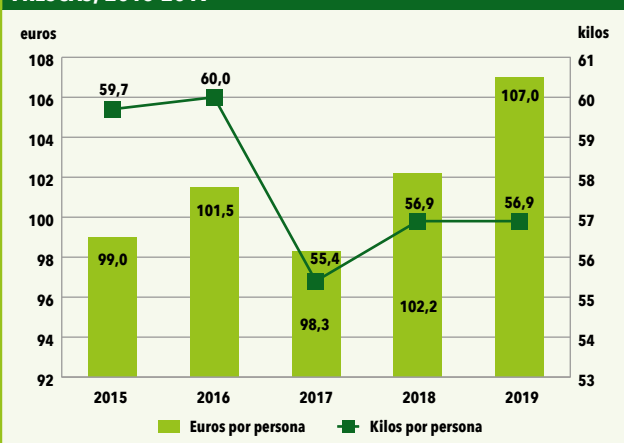
FUENTE: Mercasa.



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

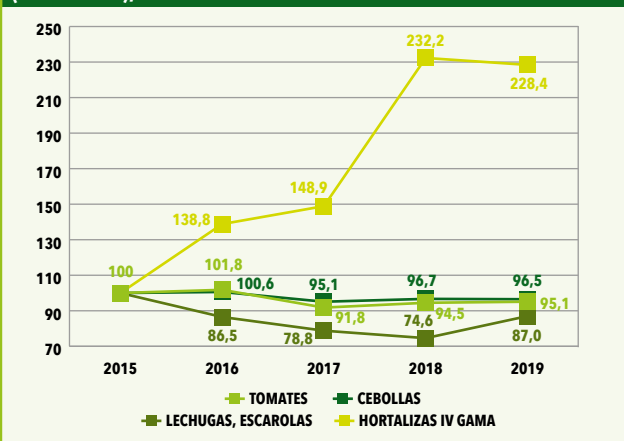
Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha caído 2,8 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 8 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (60,0 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2019 (107,0 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2015-2019



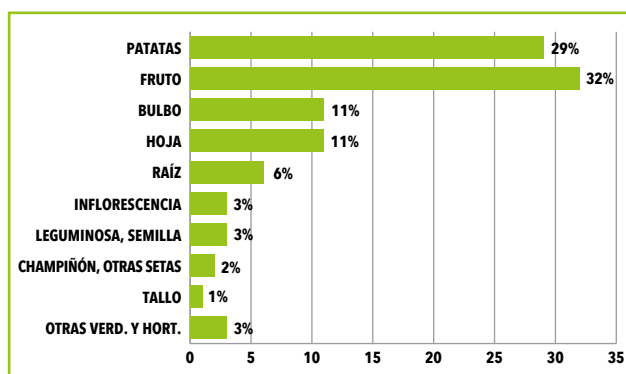
En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de hortalizas de IV gama aumenta significativamente, mientras que en cebollas, tomates, lechugas, escarolas y endivias se producen descensos. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2015=100), 2015-2019

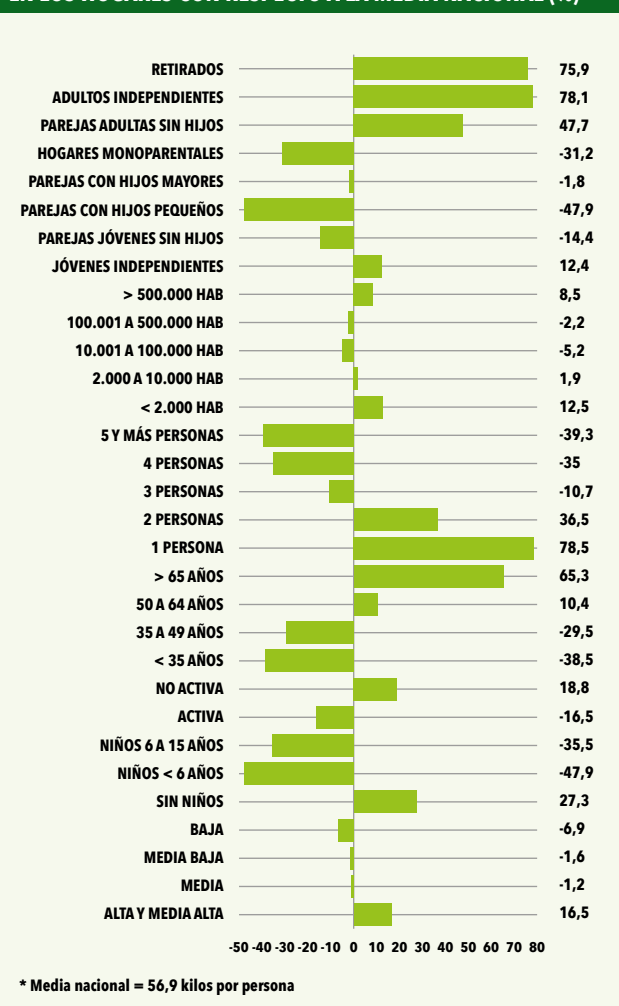


COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2019 (PORCENTAJES)

HORTALIZAS Y PATATAS	
Patatas	29%
Fruto	32
<i>Tomate</i>	19%
<i>Pimiento</i>	6%
<i>Calabacín</i>	3%
<i>Pepino</i>	2%
<i>Berenjena</i>	1%
Otros	1%
Bulbo	11%
<i>Cebolla</i>	9%
<i>Puerro</i>	1%
<i>Ajo</i>	1%
Hoja	11%
<i>Lechuga</i>	7%
<i>Coles</i>	2%
<i>Apio</i>	1%
Otros	1%
Raíz	6%
<i>Zanahoria</i>	5%
Otros	1%
Inflorescencia	3%
<i>Coliflor</i>	1%
<i>Alcachofa</i>	1%
<i>Bócoli</i>	1%
Leguminosa, semilla	3%
<i>Judía Verde</i>	2%
Otros	1%
Champiñón, otras setas	2%
Tallo	1%
<i>Espárrago</i>	1%
Otras Verduras y Hortalizas (15% IV y V gama)	3%



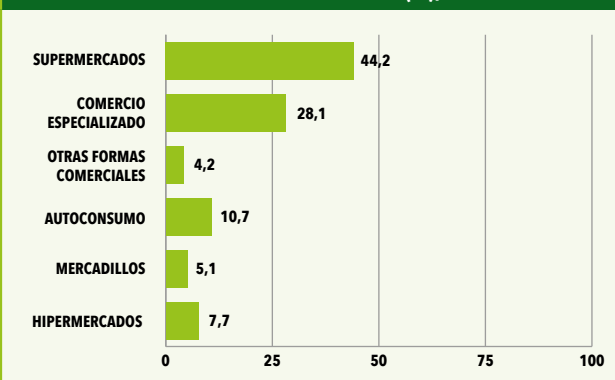
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas a los supermercados (44,2% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 28,1%, mientras que los hipermercados concentran el 7,7%. El autoconsumo, por su parte, supone el 10,7%, mientras que los mercadillos acaparan el 5,1%. Las otras formas comerciales representan el 4,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



CONSUMO Y GASTO EN PATATAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 1.273,3 millones de kilos de patatas y gastaron 1.213,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 27,6 kilos de consumo y 26,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (20,0 kilos por persona y año), seguido de las patatas

procesadas (1,3 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (0,9 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 68,1%, con un total de 17,9 euros por persona, las patatas procesadas el 27,4%, con un total de 7,2 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 4,6% y 1,2 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2019

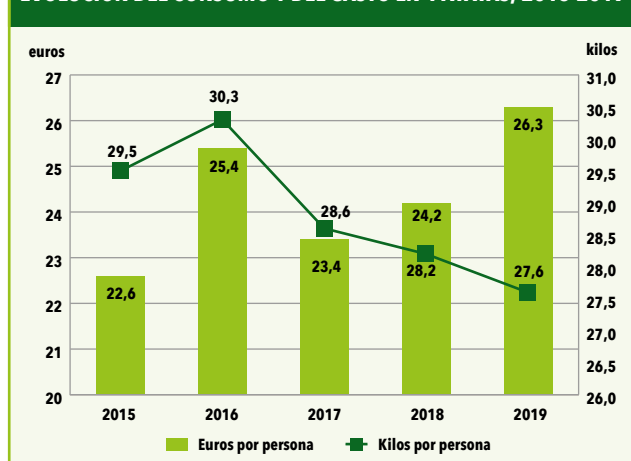
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PATATAS	1.273,7	27,6	1.213,5	26,3
PATATAS FRESCAS	922,1	20,0	826,4	17,9
PATATAS CONGELADAS	41,9	0,9	53,8	1,2
PATATAS PROCESADAS	61,9	1,3	333,4	7,2
PATATAS FRITAS	51,0	1,1	316,9	6,9

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

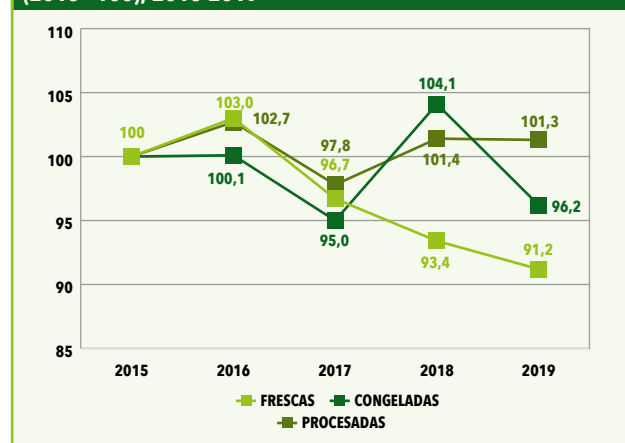
Durante los últimos cinco años, el consumo de patatas ha descendido 1,9 kilos por persona y año, y el gasto ha crecido 3,7 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2016 (30,3 kilos) y el gasto más significativo en el año 2019 (26,3 euros por consumidor).

En la familia de patatas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de patatas procesadas se eleva y, por el contrario, en patatas frescas y patatas congeladas se produce un descenso. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PATATAS, 2015-2019



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PATATAS (2015=100), 2015-2019



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

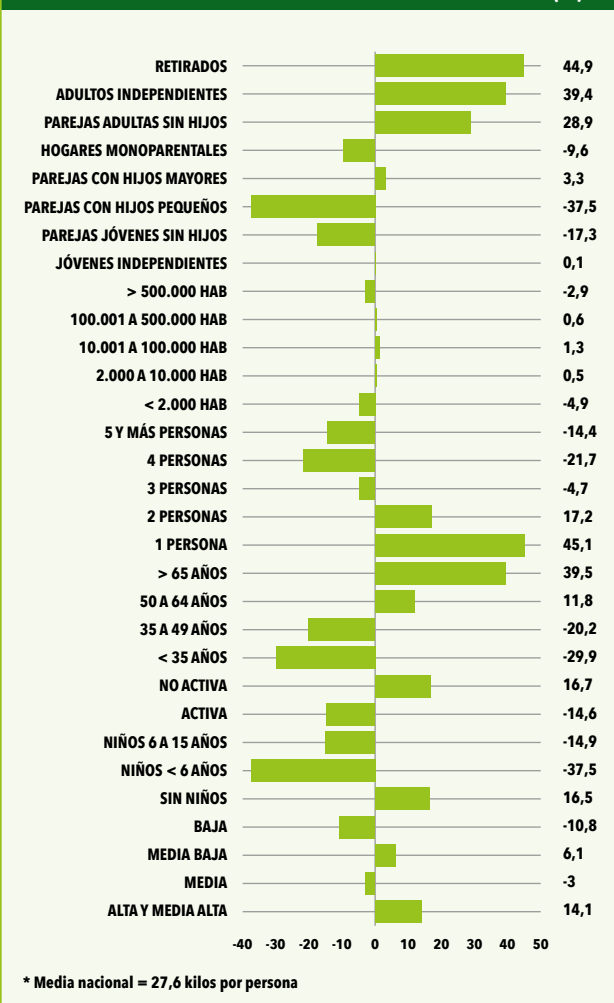
En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 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 alcanzándose los niveles menores en los hogares con cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con el menor consumo per cápita de patatas, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los centros urbanos de 10.000 a 100.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, las parejas jóvenes sin hijos y entre los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Baleares y Cantabria cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Murcia y La Rioja. ■

CUOTA DE MERCADO

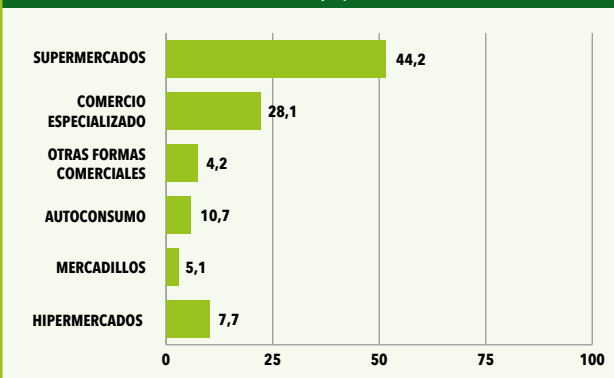
En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (51,5% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 22,1%, mientras que el hipermercado concentra el 10,3%. El autoconsumo representa un

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



5,8%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 2,9%. Las otras formas comerciales acaparan el 7,4% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PATATAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 4.192,9 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 6.472,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 90,9 kilos de consumo y 140,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (22,1 kilos por persona y año), lo que representa un 24,3% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (15,9 kilos per cápita y 17,5% del consumo total), de los plátanos (12,3 kilos per

cápita y 13,5% de consumo) y de las manzanas (9,5 kilos per cápita y 10,5% de consumo).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 17,0%, con un total de 23,9 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 14,0% y un total de 19,7 euros por persona. A continuación, se encuentran las manzanas, con un porcentaje del 9,8% y 13,8 euros por persona al año; y los melones y sandías, que alcanzan el 10,7% del gasto total en frutas frescas (15,0 euros por persona). ■

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	4.192,9	90,9	6.472,4	140,3
NARANJAS	749,9	16,3	715,9	15,5
MANDARINAS	268,9	5,8	387,2	8,4
LIMONES	105,7	2,3	165,2	3,6
PLÁTANOS	567,0	12,3	909,2	19,7
MANZANAS	439,1	9,5	638,2	13,8
PERAS	216,4	4,7	332,1	7,2
MELOCOTONES	138,5	3,0	238,2	5,2
NECTARINAS	88,4	1,9	131,3	2,8
ALBARICOQUES	40,1	0,9	78,1	1,7
FRESAS Y FRESONES	136,1	3,0	368,5	8,0
MELÓN	359,5	7,8	377,8	8,2
SANDÍA	373,4	8,1	312,5	6,8
CIRUELAS	61,2	1,3	106,3	2,3
CEREZAS	49,3	1,1	190,2	4,1
UVAS	87,9	1,9	233,1	5,1
KIWI	123,8	2,7	369,2	8,0
AGUACATE	62,6	1,4	229,7	5,0
PIÑA	87,7	1,9	135,6	2,9
OTRAS FRUTAS FRESCAS	237,3	5,1	553,9	12,0
FRUTAS IV GAMA	189,1	4,1	322,6	7,0



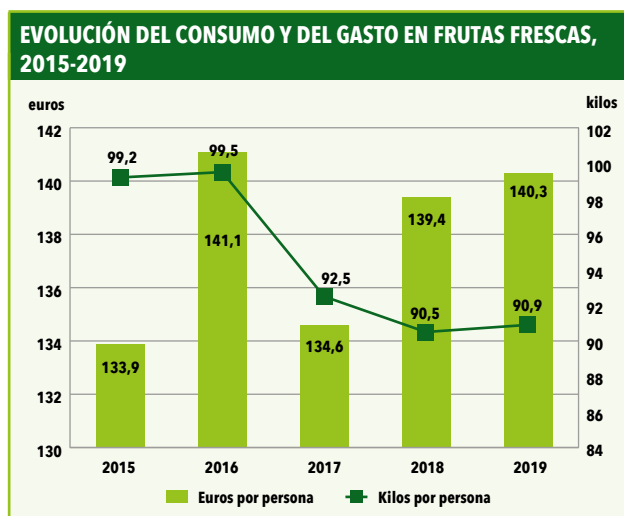
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

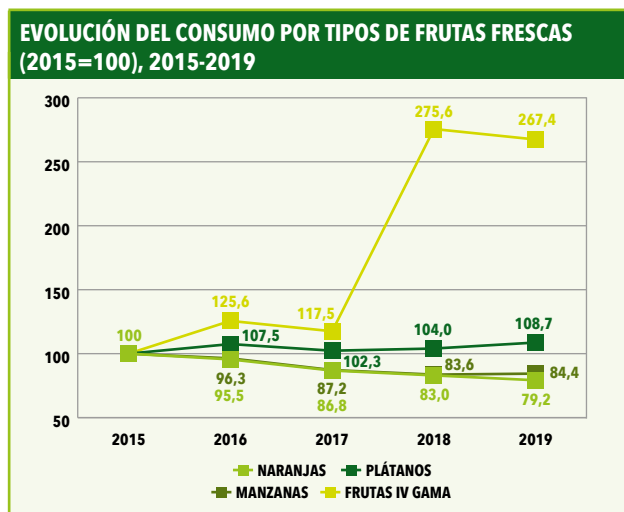
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, País Vasco y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Andalucía y La Rioja. ■

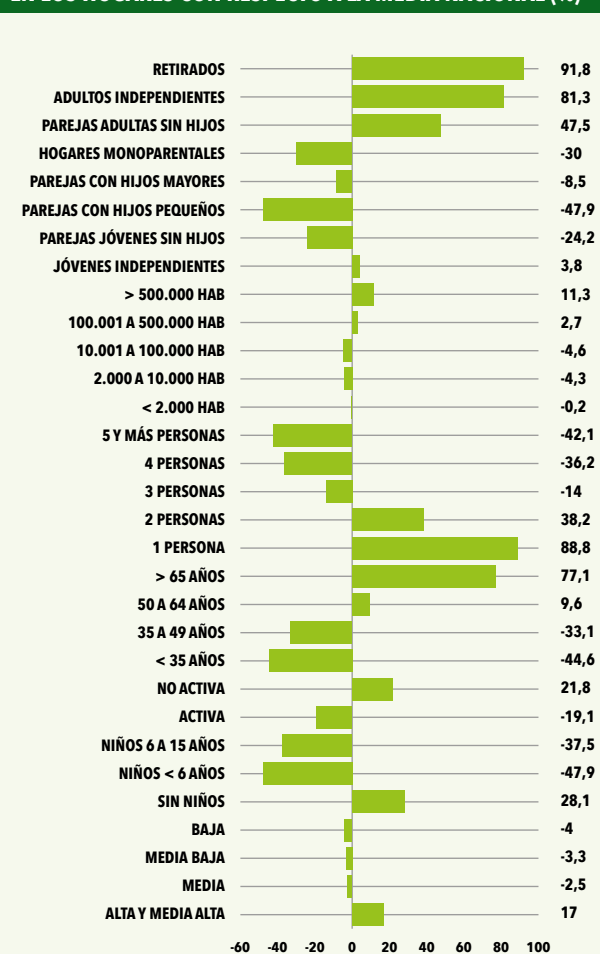
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas ha caído 8,3 kilos por persona aunque el gasto se ha incrementado en 6,4 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2016 (99,5 kilos y 141,1 euros por consumidor).



En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido bastante pareja en todos los tipos de productos a excepción del notable incremento en las frutas de IV gama. Respecto a la demanda de 2015, en el consumo de manzanas y naranjas se produce un ligero descenso. ■

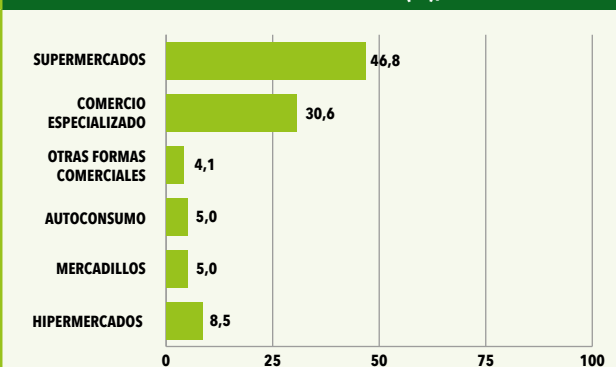


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*


* Media nacional = 90,9 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los supermercados (46,8% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 30,6%, mientras que el hipermercado concentra el 8,5%. El autoconsumo, por su parte, acapara el 5,0%, mientras que los mercadillos suponen el 5,0%. Las otras formas comerciales representan el 4,1% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019


CONSERVAS VEGETALES

El mercado de conservas vegetales tuvo en 2019 un crecimiento moderado en todas las categorías de producto, excepto en el del champiñón que sigue sufriendo la competencia del fresco.

Además, las marcas de productor recuperaron cuota de mercado y también aumentó la demanda de las producciones ecológicas y de las que cuentan con denominación de origen.

La producción de conservas vegetales se concentra en Cataluña, Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y la Región de Murcia. En esas cinco comunidades se produce alrededor del 70% de todas las conservas vegetales españolas.

La conserva vegetal más importante en términos del volumen comercializado es la del tomate entero y triturado, ya que acapara cerca del 34% de todas las ventas en volumen y en torno al 15% en valor.

A bastante distancia aparecen los espárragos, con un porcentaje del 12% en volumen, mientras que en valor llegan hasta el 25%. A continuación, aparecen los pimientos (que en 2019 incrementaron su cuota de mercado), el maíz, los champiñones y setas, los pimientos (que aumentaron en 2019 su cuota de mercado), las judías verdes, los guisantes, las alcachofas y las menestras.

Hay también una amplia oferta de otras producciones, cuya importancia económica es mucho más pequeña. Entre las conservas de frutas, las presentaciones en almíbar acaparan el 87% de todas las ventas en volumen y casi el 80% en valor. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente, el sector empresarial de conservas vegetales estaba conformado por un gran número de pequeños y medianos operadores de carácter semiartesanal y con una incidencia local o, como mucho, regional. Esa situación ha ido cambiando durante los últimos años y en la actualidad existen unos pocos y grandes grupos que basan sus estrategias de futuro en la internacionalización y en la irrupción en sectores afines, como el de los platos preparados. Muchos de esos grandes operadores han acometido en los últimos

PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	336
Grupo Celorrio. *	215
Industria Alimentaria de Navarra, S.A (IAN) *	202,2
Riberebro Integral, S-L *	115
Industrias Videca	44
MCA Spain, S.A (*)	42
Conservas Ferba, S.A.	36
Nudisco, S.L	33
Alcurnia Alimentación, S.L. *	29,5
Marín Montejano, S.A. *	28,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS MERMEZADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	538,4
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	212,9
Grupo Helios *	181
Hero España, S.A. *	173
Andros (Granada y La Serna)*	145
Iberfruta-Muerza	90 (1)
Alcurnia Alimentación, S.L. *	29,5
Conservas Pedro Luis, S.L *	11,2
Jumel Alimentaria, S.A	8,7
Conservas Lazaya Frutas Dulces, S.A	8,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación.





tiempos importantes operaciones de inversión para modernizar y diversificar sus procesos de producción. En total, hay alrededor de 1.300 empresas de conservas vegetales en nuestro país, pero únicamente seis tienen más de 500 empleados.

La empresa fabricante y distribuidora de conservas vegetales más importante en España alcanzó en 2019 unas ventas que superaron los 336 millones de euros, mientras que la segunda se situó en torno a los 215 millones de euros y la tercera se acerca a los 202 millones de euros. El resto de las empresas que forman el ranking de las diez mayores facturaron entre 115 millones de dólares y 28 millones de dólares.

Las marcas de distribución (MDD) son importantes entre las ofertas más consolidadas de este mercado. Es el caso, por ejemplo, de las conservas de tomate triturado y pelado donde llegan hasta el 81,7% del total de ventas en volumen. En el caso de las conservas de espárragos, la cuota de las MDD ronda el 63%. ■

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, la balanza del comercio exterior de conservas vegetales es claramente favorable para España. Las exportaciones en 2019 rondaron los 1.635 millones de euros, con un incremento interanual del

5%, mientras que las importaciones se situaron en algo menos de 610 millones de euros (0,5% más), según los datos de Comercio.

El 64% del valor total de las exportaciones se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, con un 16% del valor total exportado, Reino Unido (15%) y Alemania (14%)

Dentro de los países no comunitarios, destacaron las ventas a Japón y a Estados Unidos.

En conjunto, aproximadamente el 70% de todas las exportaciones se dirige únicamente a ocho países de los que seis pertenecen a la Unión Europea.

En el caso de las importaciones, las provenientes de otros países comunitarios tienen un también un peso muy relevante, por encima del 62% del total, lo que, no obstante, resulta un porcentaje algo menor que entre las exportaciones. Dentro de las importaciones intracomunitarias, nuestros principales proveedores son Francia, Holanda, Bélgica, Portugal y Alemania.

Fuera de la Unión Europea, son importantes las partidas provenientes de Perú, China, Turquía, Tailandia, Indonesia y Brasil. ■



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 590,6 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.290,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 12,8 kilos de consumo y 28,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (9,7 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un consumo de 3,1 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 5,2 kilos al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 78,2% del gasto, con un total de 21,9 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,8% y un total de 6,1 euros por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 25,7% del total de los productos hortofrutícolas transformados (7,2 euros per cápita). ■

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2019				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	590,6	12,8	1.290,8	28,0
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	445,4	9,7	1.009,7	21,9
GUISANTES	9,7	0,2	23,1	0,5
JUDÍAS VERDES	12,8	0,3	18,7	0,4
PIMIENTOS	15,8	0,3	67,4	1,5
ESPÁRRAGOS	23,4	0,5	128,0	2,8
ALCACHOFAS	9,3	0,2	43,9	1,0
CHAMPIÑONES Y SETAS	15,9	0,3	44,2	1,0
MAÍZ DULCE	19,8	0,4	62,5	1,4
MENESTRA	4,4	0,1	8,4	0,2
TOMATES	237,8	5,2	331,2	7,2
TOMATE FRITO	170,6	3,7	253,1	5,5
TOMATE NATURAL	67,3	1,5	78,1	1,7
TOMATE NATURAL ENTERO	9,7	0,2	12,9	0,3
TOMATE NATURAL TRITURADO	57,5	1,2	65,2	1,4
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	23,5	0,5	60,1	1,3
FRUTA EN CONSERVA	73,1	1,6	222,2	4,8
MERMELADAS, CONFITURAS	27,4	0,6	103,0	2,2
FRUTA ALMÍBAR	39,6	0,9	93,5	2,0
FRUTA ESCARCHADA	0,5	0,0	3,9	0,1
RESTO FRUTA CONSERVA	5,6	0,1	21,9	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	145,2	3,1	281,1	6,1
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	143,1	3,1	271,0	5,9
ESPINACAS	11,5	0,3	18,5	0,4
GUISANTES	26,0	0,6	42,7	0,9
JUDÍA VERDE	30,2	0,7	38,3	0,8
COLIFLOR	4,1	0,1	6,4	0,1
PIMIENTOS	2,5	0,1	5,4	0,1
BRÓCOLI	7,2	0,2	11,5	0,2
MENESTRA	15,6	0,3	28,1	0,6
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	46,0	1,0	120,0	2,6
FRUTAS CONGELADAS	2,1	0,0	10,1	0,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

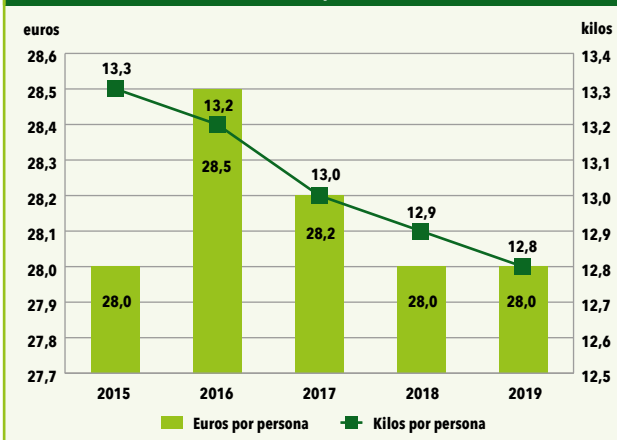
En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 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 con una edad comprendida entre 35 y 49 años de edad.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos pequeños (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas jóvenes con hijos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Galicia y La Rioja. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

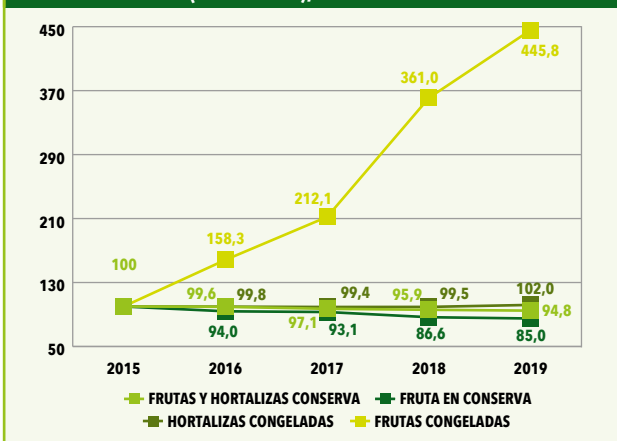
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas ha descendido 0,5 kilos por persona y el gasto no ha experimentado ninguna variación en euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015 (13,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (28,5 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS, 2015-2019

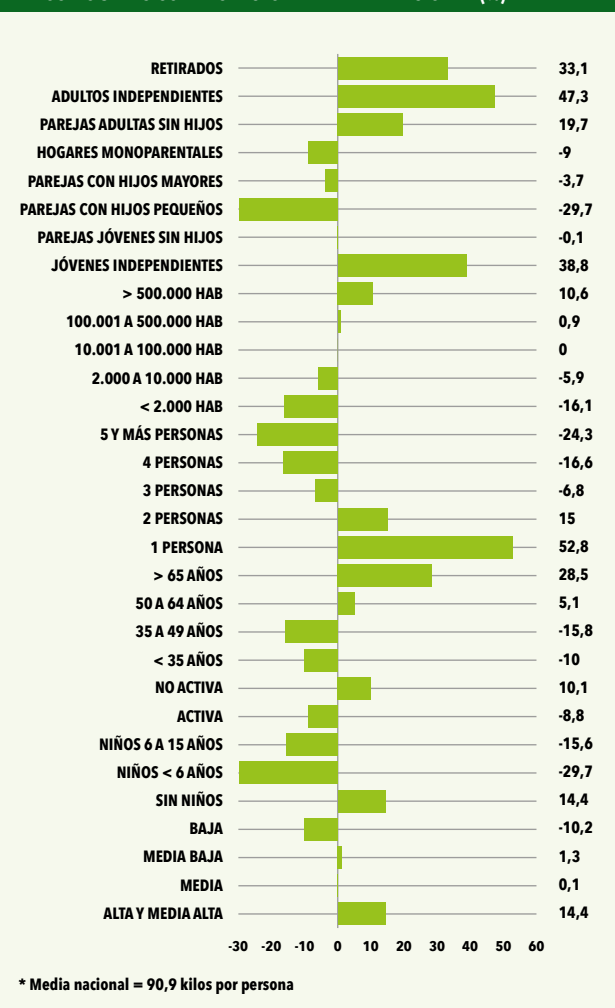


En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto y especialmente en las frutas congeladas. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de frutas y hortalizas congeladas aumenta, mientras que en frutas y hortalizas en conserva y frutas en conserva se produce un descenso. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS (2015=100), 2015-2019



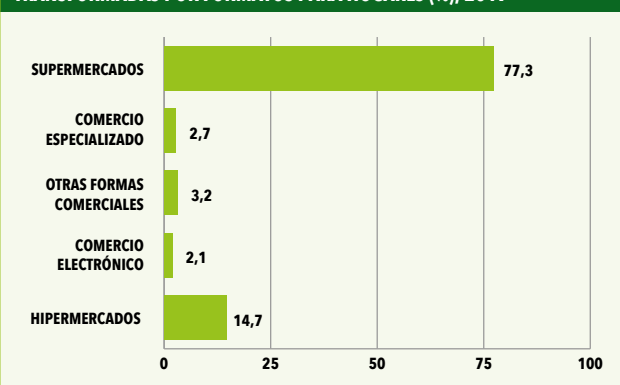
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (77,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,7% y los establecimientos especializados llegan al 2,7%. El comercio electrónico supone el 2,1% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 3,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



ZUMOS

Desde hace años, el mercado de los zumos y los néctares pierde peso en España, más en volumen que en valor pues la demanda se inclina hacia productos con un mayor valor añadido.

La caída del consumo se aprecia más en el hogar que fuera, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Para hacer frente a la caída del consumo en volumen (que en cuatro años ha descendido un 30%), las empresas del sector han hecho verdaderos esfuerzos para diversificar sus presentaciones, apostando por productos ecológicos, refrigerados o que mezclan frutas y verduras con especias, té o incluso cereales.

Se estima que la producción de zumos en 2011 superó los 562 millones de litros. Todas las categorías vieron disminuir sus ventas en volumen, con excepción de los zumos enriquecidos. Las caídas más notables se registraron entre los zumos concentrados. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los intereses de las empresas productoras de zumos están representados por la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (ASOZUMOS), que está integrada por 20 empresas (17 asociadas y 3 miembros afiliados) que representan aproximadamente el 85% de toda la producción nacional. A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2019 una producción de 600 millones de litros (4% con marca propia), con una facturación de unos 636 millones de euros.

Por su lado, el segundo grupo tuvo una producción de 500 millones de litros (el 50% comercializados con marca propia) y una facturación de 420 millones de euros, mientras que el tercero se sitúa en 197 millones de litros (62% con marca propia) y 125 millones de euros de facturación en 2019.

En el ranking de primeras empresas productoras, el cuarto grupo rondó los 140 millones de litros (todos con marcas blancas) y los 80 millones de euros de facturación y el quinto llega hasta los 130 millones de litros (todos con marcas blancas) y los 63 millones de euros.

Las otras cinco empresas que forman parte del “top ten” en este sector tuvieron una producción de entre 63 y 100 millones de litros.

PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y NÉCTARES

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
AMC Group Fresh and Juices, S.A	636
J. García Carrión, S.A. (JGC)	420
Juver Alimentación, S.L.	125
Quirante Fruits S.L	100
Nufri Grupo	80
Grupo Indulleida *	60
Agrozumos, S.A	63
Refresco Iberia, S.L	35
Grupo Marín Montejano	30,8
Miguel Parra e Hijos, S.A	20

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Empresa participada por Nutri.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, aunque su peso es variable en las diferentes ofertas. De media, su cuota no llega al 75%, pero en el caso de los zumos frescos llegan al 80%.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones representan la auténtica válvula de escape del sector, ya que las demandas internas resultan claramente insuficientes. Las grandes empresas productoras y comercializadoras de zumos apuestan cada vez más por la búsqueda de nuevos mercados fuera de nuestras fronteras.

Durante 2019 se exportaron 819 millones de litros, por un valor de casi 714 millones de euros, según datos de Comercio. Estas cifras supusieron un incremento interanual del 4,4% en volumen y una caída del 7% en valor. Por su parte, las importaciones superaron ligeramente los 173,5 millones de litros por un valor de 203 millones de euros. Con relación al año anterior, se produjeron caídas del 24% en volumen (en el año anterior se había crecido en un porcentaje similar) y del 23% en valor.

Dentro de las exportaciones, la naranja representa el 27% del total en volumen y el 24% en valor. El mayor dinamismo se registra entre las mezclas que representan ya más del 219% del total en volumen.

En el caso de las importaciones, la mayor partida en volumen fue la de zumo de naranja (28% del total), seguida de los zumos de piña y de manzana. ■

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 372,6 millones de litros de zumo y gastaron 395,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 8,1 litros de consumo y 8,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los néctares (3,7 litros por persona y año), seguidos de los zumos concen-

trados, que alcanzan 1,9 litros per cápita al año. En términos de gasto, los néctares concentran el 38,4%, con un total de 3,3 euros por persona, mientras que los zumos concentrados presentan un porcentaje del 18,1% y un total de 1,6 euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ZUMO Y NÉCTAR	372,6	8,1	395,5	8,6
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	67,8	1,5	111,8	2,4
ZUMO CONCENTRADO	89,6	1,9	71,5	1,6
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	14,0	0,3	11,2	0,2
CONCENTRADO MELOCOTÓN Y MEZCLA	23,8	0,5	17,5	0,4
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	18,0	0,4	13,9	0,3
OTROS CONCENTRADOS	33,7	0,7	28,9	0,6
NÉCTARES	171,5	3,7	152,0	3,3
NÉCTAR LIGHT O SIN AZÚCAR	106,6	2,3	92,8	2,0
ZUMOS DE HORTALIZAS	2,9	0,1	3,4	0,1
RESTO ZUMO Y NÉCTAR	40,8	0,9	56,8	1,2
HORCHATA	34,9	0,8	43,1	0,9
ZUMOS ENRIQUECIDOS	120,2	2,6	99,7	2,2
ENRIQUECIDO CON CALCIO	0,0	0,0	0,0	0,0
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	115,9	2,5	91,7	2,0
ENRIQUECIDO CON CALCIO Y VITAMINAS	0,2	0,0	0,1	0,0
OTROS ZUMOS ENRIQUECIDOS	4,2	0,1	7,9	0,2



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

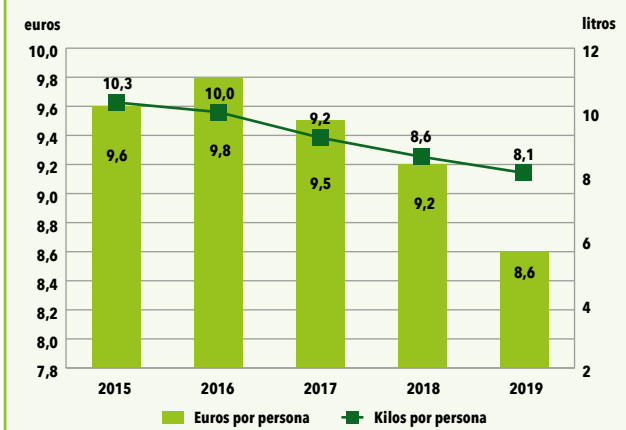
En términos per cápita, el consumo de zumos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 zumos, 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 zumos es mayor.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años, el consumo de zumos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de zumos, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas en las que habitan 5 miembros o más.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de zumos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de la edad de los miembros que componen la pareja, en los hogares monoparentales, y entre los retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, La Rioja y Asturias. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

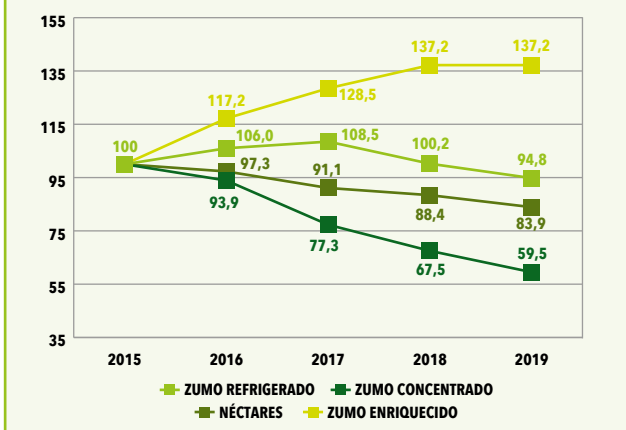
Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 2,2 litros por persona y el gasto se ha reducido en 1,0 euro. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015 (10,3 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (9,8 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ZUMO, 2015-2019

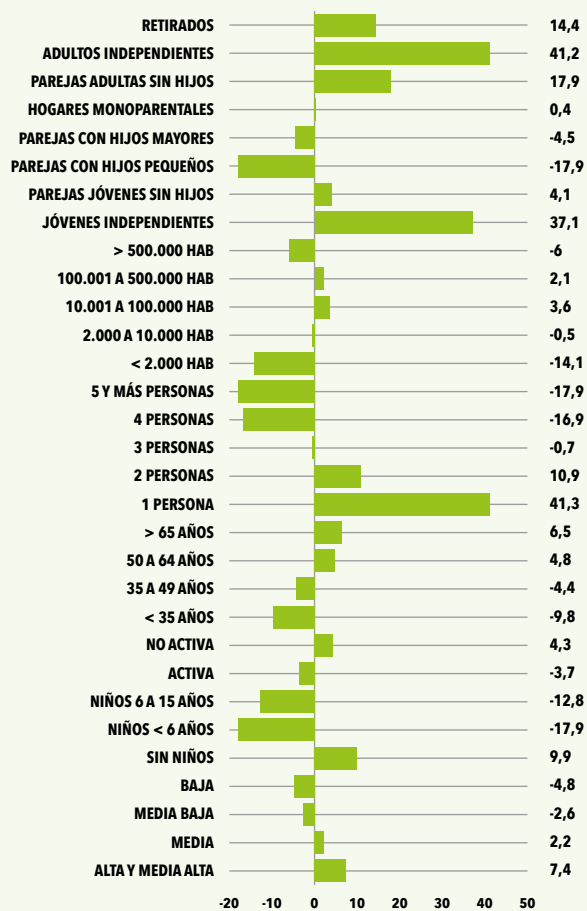


En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de zumos enriquecidos aumenta y, por el contrario, en néctares y zumos concentrados y zumos refrigerados se produce un descenso. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ZUMO (2015=100), 2015-2019



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

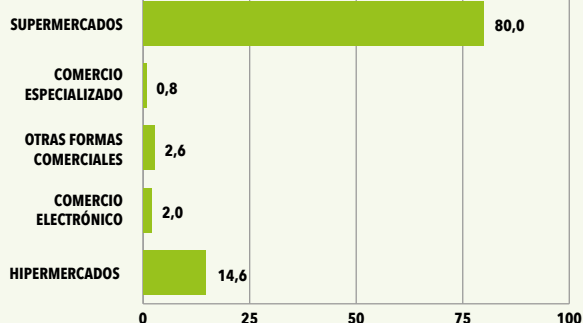


* Media nacional = 8,1 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumos a los supermercados (80,0% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,6%. Los establecimientos especializados representan el 0,8% y el comercio electrónico el 2,0%. Las otras formas comerciales alcanzan la cuota del 2,6% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



PATATAS FRITAS Y SNACKS

El mercado español de patatas fritas y los “snacks” se mantiene en crecimiento constante, a pesar de la tendencia cada vez mayor hacia un consumo saludable.

El mercado nacional de productos de aperitivo y snacks en España es muy dinámico y mantiene crecimientos continuados desde hace varios años. La Asociación de Snaks estimó la producción de todas estas producciones (patatas fritas, semillas, frutos secos, frutas desecadas, cereales como las palomitas, etc.) en 321.800 toneladas, un 2,5% más que un año antes, con una facturación de 2.224,7 millones de euros (4% más). Para 2019 las previsiones de esta asociación superaban los datos de 2018.

Tanto en el caso de los snacks como de las patatas, son las presentaciones de mayor valor añadido, los sabores gourmet y los productos más saludables, las que muestran un dinamismo más notable.

En el caso de los snacks, los más demandados son los de maíz, seguidos por los gusanitos y las cortezas. Para terminar, puede indicarse que, dentro de las patatas fritas, las tradicionales continúan siendo las más populares, aunque ese lugar es disputado por las de sabores y las artesanas y caseras. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de patatas fritas, frutos secos y snacks está formando por unas 500 empresas, entre las que entre las que conviven grandes multinacionales con pequeñas sociedades de capital familiar, muchas de las cuales tienen un radio de acción local. En conjunto, el sector da trabajo a cerca de 20.000 personas.

A nivel empresarial, los cinco grupos más importantes controlan casi el 50% de todas las ventas y ese porcentaje se incrementa hasta el 60% en el caso de los diez operadores principales.

La importancia de las marcas de distribución (MDD) no es uniforme dentro del mercado. En general, según datos de la consultora IRI, representa el 48,4% en volumen y 40,6% en valor, pero la primera marca de fabricante (muy extendida y reconocida) representaba en 2019 el 31,8% en volumen y el 36% en valor. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Importaco, S.A. - Grupo *	475,00
Grupo Bimbo *	355,00
Borges Branded Foods, S.L.U. *	271,67
Frit Ravich, S.L.	223,00
Kellogg España, S.L. *	158,00
Almendras Llopis, S.A.	149,37
Pepsico Foods, A.I.E. *	143,70
Grefusa, S.L. *	102,60
Emicela, S.A. *	100,29
Almendras de Andalucía, S.L. *	95,00

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.



COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de patatas fritas, frutos secos y snacks es claramente desfavorable para España. En general, las principales cifras de exportaciones e importaciones se registran entre los frutos secos, mientras que entre los snacks y patatas fritas tienen una importancia mucho menor.

El valor de las importaciones de frutos secos en el año 2019 fue de 901 millones de euros, mientras que el de

las exportaciones se elevó hasta los 786,2 millones de euros, según datos de Comercio.

Entre las patatas fritas, las exportaciones superaron a las importaciones. Así se vendieron fuera de nuestras fronteras patatas preparadas por valor de 56 millones de euros, mientras que se importaron por un valor de 48 millones de euros.

FRUTOS SECOS

Cada año más, los frutos secos se consolidan como un alimento saludable en un mercado en el que cada vez preocupa más la salud y el bienestar. En este sector, por tradición las nueces y las almendras son los productos estrella, pero las avellanas siguen manteniendo su posición y el anacardo va ganando posiciones y es el que mejor evoluciona. Todo ello sin olvidar que en los próximos años puede producirse un boom de consumo de pistacho, en paralelo con el despegue de la producción autóctona.

Buena parte de estas producciones se usan en la industria agroalimentaria como (pastelería, cereales de desayuno, ect.), pero también son parte del sector de los snacks junto con pipas y cacahuetes.

Según los datos de la consultora Nielsen, en el año 2019 se produjo un aumento del consumo de frutos secos de hasta un 9% en valor y del 8% en volumen, con un mercado que superó las 94.000 toneladas y alcanzó un valor superior a los 838 millones de euros.

La marca de distribuidor (MDD) acapara el 78% del sector en valor y el 79% en volumen, a pesar de que en 2019 cayó su cuota de mercado. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2019 una producción de 92.000 toneladas (un 5,7% más que un año antes), con una facturación de unos 539 millones de euros.

Por su lado, el segundo grupo tuvo una producción de 35.000 toneladas (comercializa con marca propia y MDD) y una facturación de 177,8 millones de euros,

Los países de la Unión Europea fueron los principales destinatarios de las exportaciones españolas de patatas fritas, frutos secos y snacks. Entre ellos, destacan Alemania, Francia e Italia.

Por su parte, las importaciones procedieron mayoritariamente de Estados Unidos, Portugal, China y Argentina. ■

mientras que el tercero se situó en 30.000 toneladas y una facturación de 105 millones de euros de facturación en 2019.

El resto de las diez primeras empresas del ranking nacional contaron con producciones que oscilaron entre las 22.000 y las 9.700 toneladas.

El sector industrial está realizando grandes inversiones en maquinaria para hacer frente al aumento de la demanda de frutos más saludables. ■



CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 147,3 millones de kilos de frutos secos y gastaron 1.113,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,2 kilos de consumo y 24,1 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a las nueces (0,7 kilos por persona y año), seguido de los cacahuetes (0,3 kilos por cápita), de las almendras (0,2 kilos per cápita), de los pistachos (0,2 kilos per cápita) y de las avellanas (0,1

kilos per cápita). En términos de gasto, las nueces concentran el 21,6% del gasto, con un total de 5,2 euros por persona, seguido por las almendras, con un porcentaje del 13,3% y un total de 3,2 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos, con el 9,1% y 2,2 euros por persona, los cacahuetes, con el 5,0% y 1,2 euros y, finalmente, las avellanas, con el 3,7% del total y 0,9 euro por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL FRUTOS SECOS	147,3	3,2	1.113,0	24,1
ALMENDRA	11,4	0,2	145,5	3,2
ALMENDRA CON CASCARA	5,2	0,1	59,3	1,3
ALMENDRA SIN CASCARA	6,2	0,1	86,2	1,9
CACAHUETE	13,3	0,3	55,6	1,2
CACAHUETE CON CASCARA	6,5	0,1	24,5	0,5
CACAHUETE SIN CASCARA	6,8	0,1	31,0	0,7
NUECES	30,4	0,7	241,5	5,2
NUECES CON CASCARA	21,7	0,5	116,3	2,5
NUECES SIN CASCARA	8,6	0,2	125,2	2,7
AVELLANA	3,0	0,1	39,8	0,9
PISTACHO	8,5	0,2	101,1	2,2
SURTIDO	13,5	0,3	105,1	2,3
OTROS FRUTOS SECOS	67,3	1,5	424,5	9,2



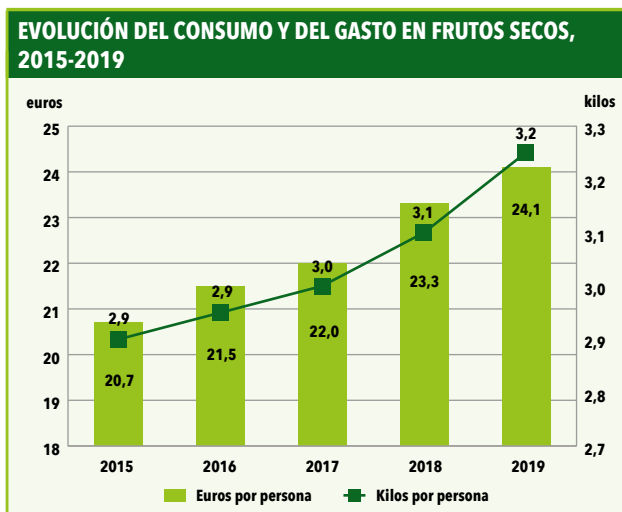
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

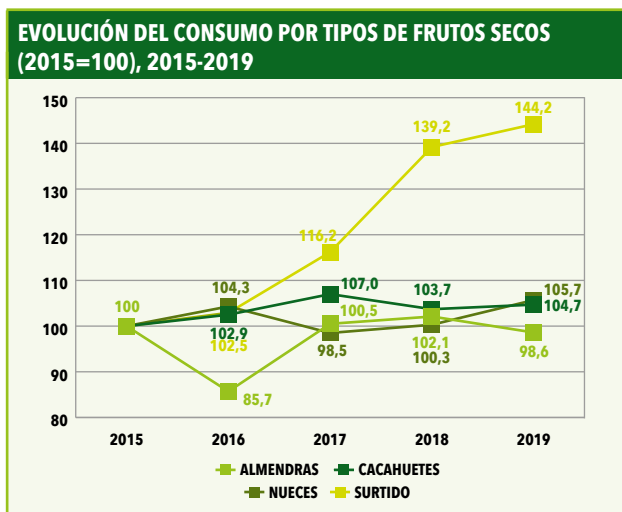
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutos secos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutos secos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutos secos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutos secos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (por encima 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 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas 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, País Vasco, Comunidad Valenciana y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Castilla-La Mancha. ■

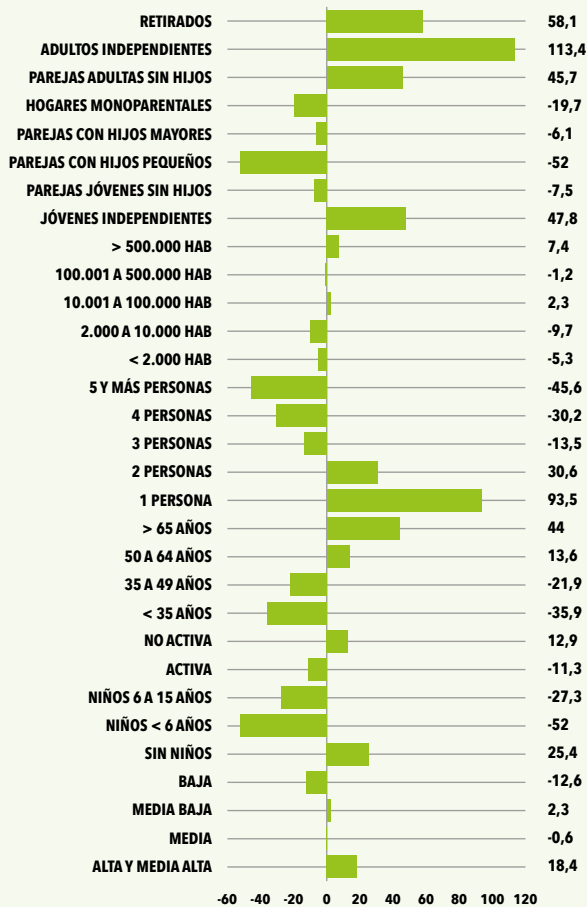
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos ha aumentado 0,3 kilos por persona al año, mientras que el gasto ha experimentado un crecimiento de 3,4 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2019, con un total de 3,2 kilos y 24,1 euros por consumidor.



En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido distinto para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de surtidos, cacahuets y nueces aumenta aunque en distinta cuantía; en las almendras se produce un ligero retroceso. ■

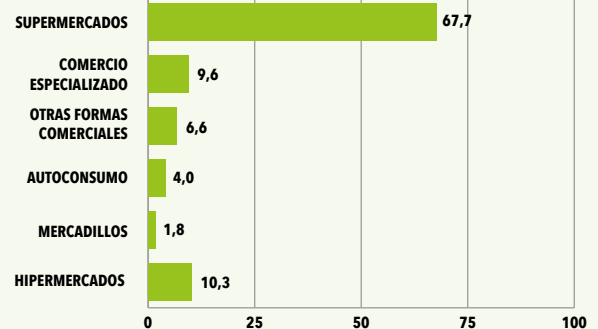


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTOS SECOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*


* Media nacional = 3,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (67,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 10,3% y los establecimientos especializados llegan al 9,6%. El autoconsumo representa el 4,0%, mientras que los mercadillos suponen el 1,8%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 6,6%. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019


DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CHIRIMOYA DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA*

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MELOCOTÓN DE CALANDA*

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

CITRICS SES MARJADES

MARCA GRÁFICA

TOMÁTIGA DE RAMELLET

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO*

MARCAS DE CALIDAD

CEREZA DE LA SIERRA DE FRANCIA

CEREZA DE LAS CADERECHAS

MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS

PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PLÁTANO DE CANARIAS

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CEREZA DEL JERTE*

PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

CEREZO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERA DE LLEIDA*

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

POMA DE GIRONA* (MANZANA DE GIRONA)

CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE*

(CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CÍTRICOS

FRUTAS DE PEPITA

FRUTAS DE HUESO

PRODUCTOS DE LA VIÑA

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

KAKI DE LA RIBERA DEL XÚQUER*

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÀ*

UVA DE MESA EMBOLSADA DE VINALOPÓ*

GRANADA MOLLAR DE ELCHE*

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE*

CÍTRICOS VALENCIANOS*

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

CEREZA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CASTAÑA DE GALICIA

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO*

REGISTRADO Y CERTIFICADO

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

MARCAS COLECTIVAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL



MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERA DE JUMILLA*

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALMENDRO

CÍTRICOS

FRUTALES DE HUESO

MELÓN Y SANDÍA

PERAL

VID

PAÍS VASCO

MARCA DE GARANTÍA

EUSKAL BASERRI

(PROD. HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

* Inscrita en el Registro de la UE

Cerezas de la Montaña de Alicante

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Indicación Geográfica Protegida Cerezas de la Montaña de Alicante está constituida por 31 términos municipales del norte de Alicante y otros dos más del sur de la provincia de Valencia. La orografía de la zona es muy accidentada.

CARACTERÍSTICAS: El clima mediterráneo, las condiciones del suelo y las técnicas de cultivo imprimen a las producciones un carácter diferencial. Las cerezas protegidas pertenecen a las variedades Burlat, Tilagua, Planera, Nadal y Picota; como polinizadoras se utilizan las Stark Hardy Geant, Bing y Van. Las cerezas presentan un color brillante, son de gran tamaño y calidad, y tienen un apreciado carácter de producción de primor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.200 cultivadores y la producción media anual es de 1,9 millones de kilos de cerezas, en 2.000 hectáreas protegidas. Están inscritas 20 empresas cooperativas de acondicionamiento, envasado y almacenaje, que comercializan una media anual de 1,7 millones de kilos de IGP, de los que el 33% se destina a la exportación.

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 15.872 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 15.872 hectáreas. Los productores inscritos en el Consejo Regulador son 2.888 y hay 7 almacenes. La producción anual es de unos 7,5 millones de kilos.

Cítricos Valencianos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Las explotaciones agrícolas de las que proceden nuestros cítricos se sitúan a lo largo de todo el litoral de la Comunidad Valenciana,

desde Castellón a Alicante, una zona privilegiada para la producción de la naranja, la mandarina y el limón.

CARACTERÍSTICAS: La ideal climatología valenciana, con alternancia de temperaturas, templada durante la noche (que hace que consiga el idóneo índice de acidez y extraordinario color) y cálida durante el día (para que los cítricos obtengan un adecuado azúcar), propicia que los frutos tengan unas cualidades extraordinarias. Las variedades de cítricos autorizadas por la IGP son un total de 47, entre las 27 de mandarinas, 17 de naranjas y 3 de limones, el Fino, el Verna y el Eureka. Todas deben alcanzar unos parámetros de calidad establecidos que afectan tanto a su aspecto externo (defectos, presentación, etc.) como a su calidad interna (porcentaje de zumo e índice de madurez adecuados).

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 61 industrias envasadoras y 4.887 productores, con 15.245,73 hectáreas en un total de 24.837 parcelas. La comercialización obtenida en esta campaña amparada por el Consejo Regulador fue de 21.207.991 millones de kilos.

Chirimoya de la Costa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida está constituida por 10 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: El clima suave y templado y las condiciones especiales del cultivo dotan a este producto de una singularidad extraordinaria. Es muy apreciado por ser un cultivo extratemprano. Las variedades autorizadas son la Fino de Jete y Campas, comercializándose en las categorías Extra y Primera; el porcentaje de peso de la semilla respecto al total no deberá superar el 10%.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita es de 600 hectáreas, en las que se producen una media anual de 8 millones de kilos. En el Consejo Regulador figuran 5 empresas que comercializan algo más de 5 millones de kilos de chirimoyas con Denominación de Origen Protegida, de los que tan sólo un 10% se destina a la exportación.

Clementines de les Terres de l'Ebre

(Clementinas de las Tierras del Ebro)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida abarca varios municipios de las comarcas del Baix Ebre y Montsiá, en la provincia de Tarragona. Las condiciones edafoclimáticas específicas de esta zona confieren a estos cítricos un sabor y aroma diferenciados.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son la Clementina Fina, Clementina Hernandina y Clementina Clemenules. Las clementinas producidas en la zona tienen una gran calidad debido al equilibrio y a los buenos niveles de azúcares y ácidos con un índice de madurez superior a 10 y un porcentaje de zumo de más del 40%. La fecha de maduración de los frutos va del 5 de noviembre al 10 de enero.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos 300 hectáreas, 21 productores y 5 empresas envasadoras que han comercializado 270 toneladas de clementinas amparadas por la IGP.

Granada Mollar de Elche

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara a 40 municipios de las comarcas alicantinas del Baix Vinalopó, L'Alcantí y Vega Baja con 3.000 hectáreas dedicadas a este cultivo. Estas tierras son ideales para el cultivo de granada mollar de Elche por el privilegiado clima y los suelos fértiles, a orillas del Mediterráneo, que dan como resultado una de las mejores y más valoradas granadas del mundo.

CARACTERÍSTICAS: La granada mollar de Elche es una de las llamadas 'superfrutas' por ser una de las variedades que posee más contenido en antioxidantes, vitaminas y minerales. Destaca por su dulzor particular, tiene un color que puede oscilar desde el crema al rojo intenso y su pepita es blanda.

DATOS BÁSICOS: Se alcanza un volumen de producción que gira alrededor de 50.000 toneladas. Alrededor del 30% de la producción, unas 20.000 toneladas, se destinan al mercado nacional y, de ellas, el 10% son para la industria (zumo). El 70% restante de la producción de granada mollar de Elche es para exportación.

Kaki de la Ribera del Xúquer

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida está integrada por 44 términos municipales de la comarca valenciana de la Ribera del Xúquer. El clima templado y el tipo de terrenos son los idóneos para el cultivo del kaki.

CARACTERÍSTICAS: La variedad adscrita a la DOP es la denominada Rojo Brillante. Se caracteriza por ofrecer un fruto de forma oblonga y color rojo-anaranjado al concluir la maduración. El tamaño final del fruto es bastante variable en función de la cantidad de unidades por árbol. El arranque del fruto, siempre manual, comienza a primeros de octubre y finaliza en los últimos días de noviembre.

DATOS BÁSICOS: El número de agricultores inscritos asciende a 1.100, el de hectáreas a 1.040 y existen 21 empresas de comercialización. La producción media alcanza los 40 millones de kilos, de los que la DOP ampara algo más de 16 millones de kilos anuales. Del total amparado, algo más del 65% se destina a la exportación.

Melocotón de Calanda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona tradicional de cultivo engloba 45 municipios ubicados en la parte suroriental de la depresión del Ebro, entre las provincias aragonesas de Zaragoza y Teruel.

CARACTERÍSTICAS: Los melocotones amparados por la DOP Melocotón de Calanda son de la variedad autóctona del Bajo Aragón "Amarillo tardío de Calanda" y sus clones seleccionados Jesca, Calante y Evaisa, producidos con la técnica del embolsado. El producto presenta una coloración externa amarillo paja con ligeros puntos o estrías rojas, con la carne adherida al hueso y un calibre mínimo de 73 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 1.309 hectáreas de cultivo, 800 agricultores y 31 empresas, con una producción media anual de 35 millones de kilos de melocotón, de los que cerca de 2,6 millones se comercializan con DOP. Su presencia en los mercados se prolonga hasta el final de campaña.

Manzana Reineta del Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se localiza en la comarca del Bierzo, al noroeste de León. Las manzanas reinetas producidas en esta zona poseen una gran dureza y un equilibrio entre acidez y dulzor muy característico.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de manzanas protegidas por la Denominación son la Reineta Blanca y la Reineta Gris. Las manzanas tienen un olor y aroma característicos de intensidad media, mezcla de olores y aromas nasales a ácido, hierba, manzana madura y vainilla.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 197 hectáreas, en las que se producen 5,5 millones de kilos. Se comercializan con la DOP, por 5 empresas de la provincia de León, una media de 3,7 millones de kilos al año.

Pera de Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los terrenos correspondientes al término municipal de Jumilla, ubicados en la provincia de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: De pulpa blanca y jugosa, de sabor muy dulce y azucarado y ligeramente perfumadas. Es de color amarillo sobre fondo verde, con chapa rojiza en la cara soleada. Se

comercializan en categoría Extra con diámetro superior a 58 milímetros y categoría Primera con un diámetro mayor a 52 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida están inscritos 100 productores y la superficie de cultivo registrada es de 315 hectáreas. La producción media anual es de 6,5 millones de kilos, que son comercializados por 3 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 protegida por esta Denominación abarca una extensión de 1.145 Has distribuidas en 27 municipios de Rioja Baja y Rioja Media.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son Blanquilla y Conference. Su carne es fundente y jugosa, destacando

por su alto contenido en azúcar que les da su sabor característico. También supone un gran aporte de vitaminas, fibra y sobre todo calcio. Los rigurosos controles del Consejo Regulador aseguran el origen y el cumplimiento de los numerosos parámetros de calidad recogidos en su reglamento para que el consumidor disfrute de una fruta como la de antes.

DATOS BÁSICOS: Es la D.O.P. de peras más antigua de España. Están acogidas 1.145 Ha y 22 empresas comercializadoras. La producción anual es de 23 millones de kilos, de los que se comercializan aproximadamente 14 millones. Su principal mercado es el español, exportándose aproximadamente un 5% de la producción.

Pera de Lleida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



perade
lleida

Consell Regulador
de la Denominació
d'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 russetting, 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 diferenciadas y apreciadas por el consumidor que garantizan su mayor satisfacción.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 600 hectáreas, 220 productores y 3 empresas envasadoras.



Poma de Girona

(Manzana de Girona)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La mayor parte se obtiene en las fértiles llanuras colindantes a las vegas de los ríos Ter, Fluviá y Muga, en las comarcas del Alt y Baix Empordà, pero también existe producción en las comarcas del Gironés, La Selva y el Pla de l'Estany.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de manzana protegidas por esta IGP son las del grupo Granny Smith, Golden, Red Delicious y Gala. Las manzanas se presentan en dos categorías comerciales: Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos aproximadamente 1.400 hectáreas, 70 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 50 millones de kilos de Manzana de Girona, de los cuáles 15 millones con IGP Poma de Girona.

Uva EMBOLSADA
del Vinalopo.

LA FRUTA PROTEGIDA DEL VALLE



MADURA
EN CEPA
PIEL
MÁS FINA

MAJOR
SABOR Y
TEXTURA

SUPER
ALIMENTO
ANTIOXIDANTE

GRANO Y COLOR UNIFORME

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.

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 calibre 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 polifenoloxidasas y peroxidasas 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 España

PROTECCIÓN NACIONAL



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción de uvas amparadas por la DOP Uvas de España 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 España es el fruto de la especie *Vitis vinifera*, procedente de la variedad Dominga, que se caracteriza por ser una uva blanca con semilla y de estación tardía. El racimo es grande, de medio kilo a tres kilos, llegando incluso a cinco kilos en algunos casos. Los frutos son gruesos, pesando de seis a ocho gramos y con dos tonos de color: uno amarillo verdoso y otro amarillo rojizo. La pulpa es de consistencia media, crujiente, de sabor fresco y medianamente azucarado y muestra diferentes grados de acidez dependiendo del tiempo de maduración.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 280 agricultores y cinco empresas comercializadoras que producen una media anual de 15 millones de kilos de uvas con DOP.

Uva de Mesa Embolsada Vinalopó

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

Abarca la parte centro-occidental de la provincia de Alicante, e integra las poblaciones de Agost, Aspe, Hondón de los Frailes, Hondón de las Nieves, Monforte del Cid, Novelda y La Romana.

CARACTERÍSTICAS:

Existen dos variedades: Ideal, que se recolecta de septiembre a noviembre, y Aledo, más tardía, que se recolecta de noviembre a enero. Su carácter peculiar responde a la técnica del embolsado en el campo, antes de que la uva empiece a madurar durante los meses de junio y julio. Este sistema es único en el mundo. A partir de ese momento la maduración es más lenta y se consigue un sabor más completo, así como el color y el tamaño más uniformes. Cada año se colocan 160 millones de bolsas entre junio y julio.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 2.200 hectáreas y el número de instalaciones registradas es de 21. La producción media anual se sitúa en 49,8 millones de kilos, de los que se exportan 4,85 millones de kilos.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR ^o
TOMATE DE LA CAÑADA ^o

ARAGÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CEBOLLA FUENTES DE EBRO ^o

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ESPÁRRAGO DE NAVARRA ^{**/o}

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

BORRAJA

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

PATATA
TOMATE
PUERRO
PIMIENTO DE BLA

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS ^o
BERENJENA DE ALMAGRO ^o
MELÓN DE LA MANCHA ^o

MARCA DE CALIDAD

CEBOLLA DE LA MANCHA

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO ^o
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE ^o

MARCAS DE CALIDAD

LECHUGA DE MEDINA
SETAS DE CASTILLA Y LEÓN
CASTAÑA DEL BIERZO
AJO DE VALLELADO
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO

CATALUÑA

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CALÇOT DE VALLS ^o
PATATES DE PRADES (PATATAS DE PRADES) ^o

PRODUCCIÓN INTEGRADA

PRODUCTOS HORTÍCOLAS

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CHUFA DE VALENCIA ^o

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ALCACHOFA DE BENICARLÓ ^o

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

PIMIENTO SOL DEL PILAR
TOMATA DE PEINAR

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL
MAÍZ
BROCOLI
PUERRO
ESPÁRRAGO

GALICIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PEMENTO DE HERBÓN ^o

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GRELOS DE GALICIA ^o
PATACA DE GALICIA ^o (PATATA DE GALICIA)
PEMENTO DA ARNOIA ^o
PEMENTO DE OÍMBRA ^o
PEMENTO DO COUTO ^o
PEMENTO DE MOUGÁN ^o

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

COLIFLOR DE CALAHORRA ^o
ESPÁRRAGO DE NAVARRA ^{**/o}
PIMIENTO RIOJANO ^o

MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA ^o
ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN
ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ
HORTALIZAS DE MADRID
MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

APIO
BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES
ESCAROLA
LECHUGA
MELÓN Y SANDÍA
PIMIENTO DE INVERNADERO
PIMIENTO PARA PIMENTÓN
TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA ^o

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALCACHOFA DE TUDELA ^o
ESPÁRRAGO DE NAVARRA ^{**/o}

PAÍS VASCO

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

GERNIKAKO PIPERRA ^o (PIMIENTO DE GERNIKA)

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)
IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)
EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)
EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)
GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) ^o

MARCA DE GARANTÍA

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

^o Denominación en tramitación / ^{**} Denominación compartida con otras CC AA / ^{****} Protección Nacional Transitoria / ^o Inscrita en el Registro de la UE

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 758 hectáreas de cultivo, 86 agricultores, 8 comercializadores y 7 industrias elaboradoras. La producción media anual es de 3,3 millones de kilos, de los que el último año se certificaron 1,5 en fresco y 1,2 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



INDICACIÓ GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida Calçot de Valls ampara una zona de producción constituida por terrenos de los términos municipales de las comarcas de l'Alt Camp, Baix Camp, Tarragonés y el Baix Penedès, todas ellas en la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los calçots protegidos pertenecen a la variedad de cebolla blanca Grande Tardía de Lleida. El proceso consta de siembra de semillas, trasplante de plantel y de la cebolla, trabajos de cultivo específicos y recolección. Para su venta el calçot ha de alcanzar una altura de pierna blanca de 15 a 25 centímetros y un diámetro, medido a 5 centímetros de la raíz, de entre 1,7 y 2,5 centímetros.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 50 plantaciones y 3 empresas comercializadoras, con una producción de 1 millón de kilos de Calçot de Valls al año.

Cebolla Fuentes de Ebro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La DO se extiende entre los ríos Ginel y Ebro, ubicada en los términos municipales de Fuentes de Ebro, Mediana de Aragón, Osera de Ebro, Pinta de Ebro, Quinto y Villafranca de Ebro, que forman una unidad homogénea en todas sus características. Con una superficie total de 150 hectáreas, la zona de elaboración, almacenamiento y envasado coincide con la zona de producción.

CARACTERÍSTICAS: Tiene el cuello grueso, con un aspecto externo blanco-paja, aunque en el caso de la cebolla temprana el color será blanco verdoso, el color interno será blanco. Sus aspectos organolépticos son variados: de sabor suave y escaso picor, con capas interiores muy tiernas y suculentas. Su consumo más habitual es en fresco, desde los meses de julio hasta diciembre.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay inscritos 20 productores especializados en este cultivo y cuatro empresas comercializadoras. Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado. Se estima una producción de entre 40.000 y 50.000 kilos por cada hectárea cultivada.

Chufa de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de chufa de 550 hectáreas de 19 términos municipales de la comarca valenciana de l'Horta Nord.

CARACTERÍSTICAS: La chufa de Valencia se cultiva en terrenos franco-arenosos y clima templado. Aunque se puede consumir en fresco, su destino más habitual es la elaboración de horchata. Este refresco posee

apreciadas propiedades nutritivas y saludables. Además, también la Generalitat valenciana tiene una Denominación de Calidad para la Horchata de Chufa de Valencia.

DATOS BÁSICOS: La producción de chufa seca asciende a unas 4.500 Tm de chufa, de la que está amparada más del 90%. La producción de horchata amparada se sitúa entre 30 y 35 millones de litros anuales. En el Consejo figuran inscritos 360 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 37 elaboradores de Horchata de Chufa de Valencia.

Coliflor de Calahorra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una extensión de 2.200 hectáreas en los términos municipales de Aguilar del Río, Alhama, Alcanadre, Aldeanueva de Ebro, Alfaro, Arnedo, Autol, Calahorra, Cervera de Río Alhama, Pradejón, Quel y Rincón de Soto.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades elegidas, el clima y el suelo son tres factores fundamentales que se conjugan en La Rioja para conseguir un producto de máxima calidad. La coliflor protegida tiene un índice de compacidad superior al 0,5, de color blanco a blanco cremoso en función de la variedad, con ausencia de granulosidad 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 trigüeros silvestres. El porte del turión es delgado, el color verde-morado, el sabor es amargodulce 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 1.749 hectáreas repartidas entre Navarra, Aragón y La Rioja. En los registros del Consejo Regulador están inscritos más de 490 agricultores y 45 empresas. La producción certificada asciende a unos 4,4 millones de kilos, de los que 4,25 se certifican en conserva y el resto en fresco.

Grelos de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, transformación y envasado se extiende a todos los municipios de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la IGP Grelos de Galicia se define como la parte vegetativa de la especie Brassica rapa L., var. rapa de las variedades cultivadas autóctonas y de las comerciales Grelos de Santiago y Globo blanco de Lugo destinados al consumo humano. De color verde intenso, más acentuado a medida que la planta se aproxima al momento de floración. Sabor ligeramente ácido, combinado con cierto amargor. Se comercializan en fresco, en los tradicionales manojos de pesos aproximados de 0,5 kg. o 1 kg. congelados o en conserva (elaborados al natural).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 165 productores, 6 operadores comercializadores en fresco y 2 industrias de procesado. En el año 2018 se alcanzaron 52.195 kilos de producto fresco y 105.126 kilos en conserva amparado por la IGP.

Melón de La Mancha

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los melones amparados por la IGP está constituida por 13 municipios de la comarca La Mancha, todos ellos de

la provincia de Ciudad Real, con una superficie protegida de unas 300 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el melón de la variedad Piel de Sapo, que se distingue por sus características de frescura, sabor y dulzor, muy apreciadas por el consumidor. El melón 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 (13° 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: El área de producción y envasado del producto amparado por la indicación geográfica protegida abarca la Comunidad Autónoma de Galicia. La superficie cultivada con estas variedades y que tiene como destino el mercado se estima en unas 1350 ha.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) "Patata de Galicia" o "Patata de Galicia" se define como los tubérculos de la especie *Solanum tuberosum* L., de las variedades cultivadas "Kennebec", "Agrida" y "Fina de Carballo", destinados al consumo humano. Las características morfológicas y su color varían en función de la variedad de que se trate:

Kennebec: forma redonda a oval, ojos muy superficiales, color de la piel amarillo claro y color de la carne blanco.

Agrida: forma oval alargada, ojos muy superficiales, color de la piel y carne amarillo

Fina de Carballo: forma redondeada, ojos profundos, color de la piel amarillo claro y color de la carne blanco.

En el apartado referente a sus características analíticas, éstas deben cumplir:

- Contenido en materia seca superior al 18%.
- Contenido en azúcares reductores inferior al 0,4%.

DATOS BÁSICOS: Hay 79 productores inscritos y 10 empresas comercializadoras. En la campaña 2019/2020 se certificaron 6.400.000 kg.

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 annuum* 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.

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 13 plantaciones inscritas destinadas al cultivo de patatas de Prades, que producen anualmente unos 50.000 kilos de patatas comercializadas bajo la IGP.

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 annuum* L., variedad comercial Padrón, y ecotipos locales de este pimiento, siempre que procedan de parcelas inscritas en el correspondiente registro gestionado por el órgano de control.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están inscritos 25 productores y 9 almacenistas/ensacadores con una superficie inscrita de 21,5 Ha las cuales comercializan unos 86.000Kg de pimiento certificado.

Pemento de Oímbra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca orensana de Verín.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum annuum* L., cultivado tradicionalmente en la zona de producción. La especificidad del pimiento de Oímbra proviene de una conjunción de muchos factores, entre los que están el material vegetal, la tierra y el microclima de los valles productores. El pimiento de Oímbra encuentra en estos valles condiciones edafológicas y climáticas idóneas, adaptándose muy bien su cultivo a las pequeñas explotaciones existentes.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están inscritos 13 productores y 2 envasadores con una superficie inscrita de 13 Ha las cuales comercializan unos 4.910 Kg de pimiento certificado.

Pemento do Couto

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca coruñesa de Ferrol. El nombre de la denominación, O Couto, es

un nombre geográfico que se corresponde con el lugar donde se ubica el monasterio conocido popularmente por ese mismo nombre, al que se vincula el inicio de la selección y cultivo de estos pimientos.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum annuum* 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 15 hectáreas de cultivo, 25 agricultores y 8 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 103.546 kilos y 108.000 unidades certificadas.

Pimiento de Fresno-Benavente

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción agrícola se sitúa al noroeste de Castilla y León, ocupando 33 municipios del sureste de la provincia de León, 55 municipios del norte de Zamora y un municipio de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: Es el fruto de la planta de pimiento *Capsicum annuum* L., del ecotipo o variedad local "de Fresno", fruto de una selección del pimiento tipo "morro de vaca" o "morrón" para su consumo en fresco. Es un pimiento grande, entre otras características su peso unitario es superior a 300 gramos, forma rectangular más alto que ancho, anchura mínima 10 centímetros, espesor de la carne superior a 8 mm. y presenta 3, 4 ó 5 lóbulos. Los niveles de potasio son menores de 3 g./100g. Es muy jugoso y de piel poco dura. Su sabor es de dulzor medio, poco amargo y no picante. Tras la masticación e ingestión quedan pocos restos de piel en el interior de la boca.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

Pimiento de Gernika

(Gernikako Piperra)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción está situada principalmente en las comarcas del Txoriherri, Mungia y Busturia, en la provincia de Vizcaya.

CARACTERÍSTICAS: El pimiento de Gernika pertenece a la variedad local Pimiento de Bizkaia, resultado de la adaptación a las condiciones climáticas de la zona que ha experimentado la especie originaria de América. Su color es verde intenso y su forma alargada y puntiaguda. Presenta un pedúnculo largo y su tamaño oscila entre los 6 y los 9 centímetros. Al paladar su carne resulta fina y suave, y no pica. En el mercado aparece envasado en bandejas de plástico de 12 unidades.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Pimiento Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción de pimiento protegido abarca una extensión de 25 hectáreas en los municipios de la comarca de Nájera y en la localidad de Alfaro, en la Comunidad Autónoma de La Rioja. La IGP ampara tanto la producción en fresco como la destinada a conserva.

CARACTERÍSTICAS:

La variedad protegida es la del pimiento Najerano, de fruto grueso y largo, de 16-18 centímetros de longitud, 8 milímetros de grosor y 200-300 gramos de peso. De color rojo intenso, con forma cónica y acabada en pico, de superficie rugosa, carne fina y no pican. Su sabroso y peculiar sabor es consecuencia del clima de la zona, el suelo, la calidad de las aguas de riego y unos métodos de elaboración artesanal que se remontan al siglo XIX.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 17 productores y 4 conserveras que producen una media anual de 500.000 kilos de pimiento riojano, de los que se comercializan 70.000 kilos con IGP.

Pimiento del Piquillo de Lodosa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Pimiento del Piquillo de Lodosa ampara los terrenos de producción ubicados en los municipios de Andosilla, Azagra, Cárcar, Lerín, Lodosa, Mendavia, San Adrián y Sartaguda; todos ellos en el suroeste de Navarra.

CARACTERÍSTICAS:

La variedad del Pimiento del Piquillo de Lodosa se caracteriza por su forma plantriangular 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 140 hectáreas –casi la mitad en el municipio de Mendavia–, 77 agricultores y 12 empresas elaboradoras. La comercialización con Denominación de Origen asciende a 1,31 millones de kilos anuales.

Tomate de La Cañada-Níjar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

El tomate La Cañada-Níjar es cultivado en los términos municipales de Almería, Níjar, Viator, Pechina, Huercal y los parques naturales de Cabo de Gata y Sierra Nevada, en la provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS:

El tomate La Cañada-Níjar cuenta con excelentes propiedades naturales, como el alto contenido en azúcares y ácidos orgánicos, resultado de su cultivo en suelos salinos y de las excelentes condiciones climáticas a las que se expone durante su cultivo. La influencia de este ecosistema se refleja además en las características organolépticas y en el alto contenido en licopeno, responsable del color rojo intenso que alcanzan los tomates.

DATOS BÁSICOS: El tomate cultivado en la comarca almeriense es el primero en conseguir el distintivo Indicación Geográfica Protegida en España. Produce alrededor de 70.000 toneladas de tomate en sus cuatro variedades: redondo liso, asurcado, oblongo o alargado y cereza, y cuenta con un total de seis empresas comercializadoras.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PASAS DE MÁLAGA ****

BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ALMENDRA DE MALLORCA *

DENOMINACIÓN DE CALIDAD MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

ALMENDRA MALLORQUINA

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AVELLANA DE REUS *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTOS SECOS

EXTREMADURA

FRUTOS SECOS

CACAHUETE

LA RIOJA

MARCA COLECTIVA

NUEZ DE PEDROSO

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

Castaña de Galicia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de producción de la indicación geográfica protegida Castaña de Galicia comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia delimitado al oeste por la Dorsal Galega y por la Serra do Xistral hacia el norte.

CARACTERÍSTICAS: Las principales características generales de la castaña gallega destacan por su pericarpio fino, de color marrón claro y brillante, un epispermo (membrana) fino que penetra ligeramente en

la semilla y que se separa fácilmente al mondar la castaña, con un sabor dulce y textura firme no harinosa su fruto cuenta con una humedad una vez recolectado entre el 50 y el 60% de humedad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 143 productores, 9 envasadores, 6 industrias de procesado que cuentan con una superficie sementada de 1.040 hectáreas y con una producción de castaña certificada de unos 240.902kg, con un valor económico de 555.940 Euros.

Avellana de Reus

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende las comarcas de Tarragona de Baix Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta.

CARACTERÍSTICAS: Las avellanas de Reus pertenecen a las variedades Negreta, Pautet, Gironella, Morella y Culplana. De todas ellas la variedad más cultivada es la Negreta. Los frutos secos se presentan en tres tipos: avellanas con cáscara, con un diámetro de 16 a 18 milímetros, y avellanas en grano y tostadas, con un calibre mínimo de 11 milímetros en ambos casos. Las avellanas amparadas por la Denominación de Origen Protegida pertenecen a la categoría Extra.

DATOS BÁSICOS: En el área amparada por la Denominación de Origen Protegida se incluyen 8.000 hectáreas, 1.400 productores y 12 industrias elaboradoras, que anualmente comercializan una media de 150.000 kilos de avellana amparada por la DOP.

Pasas de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida se encuentra próxima a las 1.800 hectáreas de viñedo, repartidas entre 32 municipios de la comarca de La Axarquía y 3 de la comarca de Manilva, todos ellos en la provincia de Málaga.

CARACTERÍSTICAS: Las pasas de Málaga son un producto de carácter y elaboración tradicional. Prácticamente el 100% de la producción corresponde a uva Moscatel, que es la variedad que mejor se adapta al proceso de pasificación. Por cada 3 kilos de uvas se obtiene uno de pasas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 1.200 agricultores y 6 empresas envasadoras. La producción media anual es de los que 150.000 kilos que se comercializan con Denominación de Origen Protegida Pasas de Málaga.

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS



Por su importancia económica y social, la leche es una de las principales producciones ganaderas de España. Si bien la producción ha ido perdido peso a lo largo de los años, está presente en todas las regiones.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2019 la producción de leche aumentó en volumen un 0,6% respecto al año 2018, encadenando así cinco años seguidos de incrementos.

Por su lado, los precios subieron un 3,1% (también subieron en 2017 y 2018), con lo que el valor de estas producciones fue superior en un 3,8% al generado un año antes. La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2019 supuso el 16% de la Producción Final Ganadera y el 6,3% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 3.178,8 millones de euros a precios básicos, 116 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector también creció.

Aproximadamente el 75% de la producción nacional de leche corresponde a la producción de leche de vaca, el

13% a la producción de leche de oveja y el 12% a la producción de leche de cabra.

En España, además de estas tres producciones de leche existe también una muy minoritaria de leche de búfala, que en otros países de Asia e incluso en Italia está muy extendida. ■

LECHE EN LA UE

El grueso de la producción láctea comunitaria procede de las vacas, aunque cuentan con producciones minoritarias de leche de cabra, oveja y búfala. Los principales países productores de leche son por orden, Alemania, Francia, Reino Unido, Polonia, Holanda, Italia y España. Entre todos suponen el 75% de toda la producción de leche comunitaria.

La producción láctea en la UE supuso en 2019 el 14% de la Producción Final Agraria y del 33,7% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ligeramente menores que en el año precedente.

Es el subsector ganadero que más aporta a la Producción Agraria Final, con un valor estimado en 2019 de 48.888

millones de euros, según datos de la Comisión Europea calculados a efectos de sumar la renta agraria anual. El valor generado por este subsector resultó inferior en casi 10,5 millones de euros al valor que generó en 2018.

Por su parte, en 2019 la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 163,1 millones de toneladas, de las cuales el grueso correspondió a la leche de vaca. ■

BALANZA COMERCIAL Y CONSUMO

Lo que diferencia a España de otros países dentro de la UE es su importante déficit de producción respecto al consumo interno, lo que obliga a importar grandes cantidades de estos productos.

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

De acuerdo con los datos del Departamento de Aduanas, el valor de las exportaciones de leche y productos lácteos (quesos, mantequilla y yogures incluidos) en el año 2019 se elevó a 1.183,4 millones de euros, cifra superior en un 4,8% a la del año precedente.

Por su lado, el valor de las importaciones fue de 1.791,5 millones de euros, un 5% más que en el año anterior. Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo superior a los 608 millones de euros.

El grueso de las importaciones de leche y lácteos (casi el 98%) procedió de otros países europeos, entre los que destacan Francia y Portugal, mientras que los mercados de destino prioritarios de las exportaciones españolas de estas producciones fueron también otros países de la UE. ■

LECHE DE VACA

España es el séptimo país productor de leche de vaca de la Unión Europea. En 2019, España contaba de 838.100 vacas de ordeño, cifra de nuevo inferior a la del año precedente. El censo de novillas estaba en torno a 273.559 animales.

La región con mayor censo de vacas lecheras fue Galicia (39% del total en 2019), seguida de Castilla y León (11,5%) y Cataluña (10%). También fueron importantes a nivel nacional las cabañas de vacas lecheras de Asturias (10%), Andalucía (7%) y Cantabria (6%).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
VACUNO*	6.886	7.021	7.117	7.222
OVINO*	497	512	544,6	509
CAPRINO*	460	478	461	474,2

*Entregas declaradas por los compradores.

FUENTE: MAPA.

PRINCIPALES PRODUCCIONES CON LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	AÑO	MUNDO	UE	ESPAÑA
QUESOS DE LECHE DE VACA (No incluye datos del queso de mezcla)	2017	20.439	10.200	262
	2018	20.714	10.160	178,8
	2019	20.960	10.275	142,5
MANTEQUILLA	2017	10.306	2.400	49,6
	2018	10.524	2.345	48,8
	2019	10.820	2.410	43,6
LECHE CONCENTRADA	2017	4.803	760	31
	2018	4.837	730	45,8
	2019	4.858	730	48,1
OTRAS LECHE EN POLVO	2017	4.728	1.725	26
	2018	4.754	1.735	29,5
	2019	4.759	1.760	26,4

FUENTES: USDA, FAO, EUROSTAT y MAPA.

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2017	2018	2019
MUNDO	595.577	625.000	634.800
UE-28	156.000	157.412	158.240
ESPAÑA	7.021	7.117	7.222

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA.

Al acabar el año había registrados 12.269 ganaderos de vacuno lechero con entregas declaradas de leche, lo que supone un descenso del 5% con respecto al año anterior. La cifra de ganaderos lácteos no ha dejado de caer desde el año 2016.

Las entregas de leche de vaca cruda a las industrias ascendieron en 2019 a 7,22 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior, cuando el nivel de entregas creció un 1,4%. La región que más entregas realizó a la industria láctea fue Galicia (38%), seguida de Castilla y León (13%), Cataluña (10%) y Asturias (8%).

Además, en 2019 se declararon 55.333 toneladas de leche de vaca que se vendieron directamente al consumidor



Empresa



Certificada

**Central Lechera Asturiana,
primera empresa láctea española
en obtener el certificado B CORP**

Entramos a formar parte de la **comunidad
de empresas B CORP** porque nuestro
MODELO DE NEGOCIO COOPERATIVO
desde la ganadería hasta la mesa
GARANTIZA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO,
el **CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE** y el
BIENESTAR DE TODAS LAS COMUNIDADES
que forman parte de nuestra actividad
**GENERANDO UN IMPACTO POSITIVO
EN LA SOCIEDAD Y EN EL PLANETA.**

Empresa



Certificada

Esta empresa cumple con
los más altos estándares de
impacto social y ambiental

Más información:

www.capsafood.com/empresa-b-corp

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE VACA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017/2018	2018/2019	2019/2020
ANDALUCÍA	547,1	547,7	562,7
ARAGÓN	146,2	151,3	159,4
ASTURIAS	559,7	560,4	556,4
BALEARES	55,4	51,6	49,6
CANTABRIA	443,1	430,3	437,1
CASTILLA-LA MANCHA	267,8	268	268
CASTILLA Y LEÓN	894,5	909,2	930
CATALUÑA	746,3	742,5	743
COMUNIDAD VALENCIANA	73,2	78,8	84,4
EXTREMADURA	28,1	27,5	27,6
GALICIA	2.660,8	2.730	2.788
LA RIOJA	20,4	22	23,4
MADRID	55,2	59,8	62,4
MURCIA	59,6	63,2	66,2
NAVARRA	246,3	249,5	250
PAÍS VASCO	175,7	173	171,4
OTRAS CC.AA	42	53	43
TOTAL ESPAÑA	7.021	7.117	7.222

FUENTES: MAPA.

por parte de los ganaderos, un volumen inferior al del año precedente.

En los tres años previos también se produjeron crecimientos similares, de lo que se puede deducir que tras la eliminación del régimen de cuotas lácteas la producción de leche en España se ha mantenido al alza. ■

LECHE DE VACA EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la producción de leche de vaca es la más importante dentro del sector lácteo, que a su vez es el sector que más aporta a la producción ganadera total.

El censo de vacas lecheras en la UE al terminar el año 2019 rondaba los 23 millones de cabezas. La cabaña más numerosa era la de Alemania, con más de 4 millones de cabezas, seguida de la de Francia.

Por su lado, la producción comunitaria de leche de vaca total se situó finalmente en 158,2 millones de toneladas, frente a los 157,4 millones de toneladas de 2018.

En la última década la producción comunitaria se ha incrementado gracias a una mejora de los rendimientos por explotación.

La producción de leche ecológica en la UE es todavía muy minoritaria, aunque va creciendo de año en año. El país con mayor producción ecológica es Alemania (900 millones de litros anuales), seguido de Francia.

A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2019 a cerca de 634,8 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. Además de la Unión Europea, que produce en torno al 25% del total, otros países con gran producción son Estados Unidos, India, Brasil y China. También son grandes productores de leche Rusia, Nueva Zelanda, México y Australia.

En el mundo, tras la producción de leche de vaca la segunda en importancia es la de búfala. ■

LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

La producción de leche de oveja y cabra en el año 2019 representó en torno a un 25% del valor de la producción láctea nacional, lo que supone un total de 790 millones de euros generados, según estimaciones. De este valor, cerca del 60% lo aportaría la producción de leche de oveja.

Continuando con la tendencia de recuperación de años anteriores, la producción de leche de cabra siguió creciendo en 2019, pero no así la producción de leche de oveja. En concreto, en el primer caso la producción se elevó a 474.200 toneladas y en el segundo a 509.000 toneladas (un 3% más que en el año anterior y un 7% menos, respectivamente).

En producción de leche de cabra destacaron Andalucía como la región con una mayor producción y mayor crecimiento en el último año (45% del total nacional en 2019), seguida de Castilla-La Mancha (17,4%), Murcia (11%) y Extremadura (8%).

En cuanto a la producción de leche de oveja, en 2019 sobresalieron Castilla y León (57,7%), Castilla-La Mancha (31,4%) y la Comunidad Foral de Navarra (2,9%).

En torno al 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.

El censo de ovejas lecheras en 2019 rondaba los 2,14 millones de cabezas, mientras que el censo de cabras lecheras ascendía a 1,1 millones de cabezas. ■

LECHE DE CABRA Y OVEJA EN LA UE

La producción comunitaria de leche de cabra se redujo un 1% en 2019, hasta llegar a superar los 2,3 millones de toneladas. La producción española representó el 20,7% de la comunitaria.

Por su lado, la producción de leche de oveja se situó en torno a los 2,7 millones de toneladas en la UE, lo que supuso un descenso del 4% con relación a la producción del año 2018. En este caso, la producción española supuso el 19% del total.

En la UE, la producción media anual de leche por cabra lechera productiva puede estimarse en 250-260 litros, si bien en países como Francia la productividad es mucho mayor que la media. ■

QUESOS

Desde tiempos inmemoriales, para poder aprovechar y conservar mejor la leche se han buscado alternativas que van desde su transformación en quesos, yogures o cuajadas, a el uso de las más modernas técnicas industriales, basadas en la aplicación de procedimientos químicos o físicos para retrasar el inicio de la actividad de los microorganismos en la leche líquida.

Para la elaboración de un kilo de queso de vaca se necesitan entre 9-10 litros de leche, mientras que bastan solamente 8-9 kilos de leche de cabra y 5-6 de leche de oveja.

En España, la producción de quesos de leche de vaca (sin mezclar con otras leches) en el año 2019 se redujo hasta colocarse en casi 142.500 toneladas frente a las 178.000 toneladas del año anterior, según datos de la encuesta láctea del Ministerio de Agricultura.

A esta producción de queso de vaca hay que añadirle los datos de los quesos de oveja, cabra o mezcla de distintas leches. En total, la producción ronda las 400.000 toneladas anuales.

En la UE-28, la producción de quesos de vaca se elevó a 10,27 millones de toneladas frente a los 10,1 millones de toneladas del año anterior y a nivel mundial, la producción se acercó los 21 millones de toneladas. ■

OTRAS PRODUCCIONES LÁCTEAS

Las producciones de leche en polvo y mantequilla aumentaron empujadas por la buena marcha de los mercados



mundiales. La mantequilla se obtiene batiendo la nata y eliminando parte del agua que todavía contiene esa emulsión. Este producto lácteo tiene un contenido graso del orden del 80%, pero suele quedarle entre el 15 y el 18% de agua y en muchos países se utiliza para freír y cocinar.

En el año 2019 se produjeron en España 43.600 toneladas de mantequilla (casi 5.000 menos que un año antes) y también 26.400 toneladas de leche en polvo (incluye la desnatada) y 48.100 toneladas de leche concentrada (3.000 toneladas más que un año antes).

A partir de la leche de vaca se obtienen, también, otros productos como la nata de consumo directo o los yogures. Asimismo, se producen helados, postres lácteos, batidos de leche, flanes, natillas, leches preparadas y enriquecidas, etc. Finalmente, la industria de la bollería y la pastelería utilizan leche, suero, nata y mantequilla para la elaboración de galletas dulces, bollos, chocolates y numerosos productos derivados de la leche.

Como en el caso de España, buena parte de la producción de leche en la Unión Europea se destina a la producción de derivados lácteos.

Por su lado, la producción comunitaria de mantequilla alcanzó en 2019 los 2,4 millones de toneladas, un 2% más que en 2018, mientras que la de leche en polvo ascendió a 1,7 millones de toneladas. En 2019 también se produjeron en la UE algo más de 8,1 millones de toneladas de yogures, así como también importantes cantidades de nata y otros productos lácteos. ■

Leche y productos lácteos

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE CABRA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	176,2	223,3	215
ARAGÓN	0,8	0,7	0,93
CANARIAS	23,7	26,5	27,5
CASTILLA Y LEÓN	40,6	28,1	28,7
CASTILLA-LA MANCHA	85,6	83,3	82,7
CATALUÑA	5,3	5,4	5,6
COMUNIDAD VALENCIANA	18,7	11	11
EXTREMADURA	25,9	38,3	38,2
MADRID	15,3	5,6	8
MURCIA	61,1	52,1	52
OTRAS CC.AA.	24,8	6,6	5
TOTAL ESPAÑA	478	481	474,2

FUENTE: MAPA.

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

	2017	2018	2019
MUNDO	17.897	18.656	18.800
UE-28	1.928	2.300	2.350
ESPAÑA	460	478	481

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016	2017	2018	2019
Exportaciones				
LECHE LÍQUIDA ENVASADA	36,8	31,4	57,3	60
LECHE LIQUIDA A GRANDEL	55,8	70,4	63,2	59,8
YOGUR y LF	123,7	133,6	128,3	123,5
QUESOS y REQUESÓN	88	98,6	100	107,6
NATA	82,7	70,6	87,2	67
MANTEQUILLA	13,6	20,7	19,4	11,7
LECHE EN POLVO	15,7	40,1	18,3	35,4
Importaciones				
LECHE LÍQUIDA ENVASADA	100,4	76,2	91,3	83,5
LECHE LIQUIDA A GRANDEL	71,2	74,2	39	42
YOGUR y LF	179,7	193,6	192,8	174,3
QUESOS y REQUESÓN	267,8	288,4	297,2	209,7
NATA	14,4	13	14,1	15
MANTEQUILLA	19,8	19,4	20,7	21,8
LECHE EN POLVO	60,8	72,7	71,9	92,2

FUENTE: DG Aduanas y FENIL.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE OVEJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	3,6	5,8	5,6
ARAGÓN	1,9	3,1	1,97
CANARIAS	0,4	0,6	0,47
CASTILLA Y LEÓN	301,4	297	293,8
CASTILLA-LA MANCHA	141,6	145,5	160
CATALUÑA	0,8	0,9	0,87
EXTREMADURA	9,2	11,7	11
LA RIOJA	3,5	2	1
MADRID	13,3	12,5	10,7
NAVARRA	11,9	12	14,6
PAÍS VASCO	2,9	3,7	4,7
OTRAS CC.AA.	21,5	19	5
TOTAL ESPAÑA	512	514	509

FUENTES: MAPA.

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

	2017	2018	2019
MUNDO	10.401	10.631	10.600
UE-28	2.800	2.800	2700
ESPAÑA	512	544,6	509

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.

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

	2017	2018	2019
MUNDO	18.656	18.712	18.700
UE-28	2.300	2.300	2.280
ESPAÑA	478	461	474,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.



LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

El sector lácteo en España tiene una enorme importancia estratégica desde el punto de vista económico y social. Además, es un sector con gran dinamismo la puesta en marcha de nuevos proyectos industriales.

Las principales empresas del sector están entrando en nichos de mercado hasta ahora poco explotados, ampliando sus ofertas. La facturación global de todo el sector se sitúa en torno a los 13.000 millones de euros anuales, mientras que el volumen de negocio de las industrias lácteas alcanza unos 9.500 millones de euros, el 8% de la actividad de la industria de alimentación.

El sector lácteo en su conjunto genera cerca de 60.000 empleos y las industrias lácteas, unos 27.000, el 6,6% de todo el empleo de la industria alimentaria.

La base de la cadena de producción del sector lácteo son los ganaderos que realizan las entregas de la leche a las industrias. En el año 2019 había registrados 21.700 ganaderos que realizaron entregas de leche a las fábricas. De la cifra total, el 61% eran ganaderos del sector del vacuno; 23% del sector del caprino de leche y 16% del sector del ovino de leche.

Por regiones, en producción de leche de vaca destacan Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y Andalucía; en leche de cabra Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura y en leche de oveja, Castilla y León y Castilla-La Mancha.

Las principales categorías de productos dentro del mercado lácteo son la leche líquida, los batidos, los yogures, los postres lácteos preparados, el queso fresco, los quesos y la mantequilla. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche, pero únicamente unos 600 pueden ser considerados como industrias lácteas, según datos de la Federación Española de Industrias Lácteas (FENIL). Esta federación está formada por 60 empresas que transforman prácticamente el 95% de la leche producida en el territorio nacional.

En el grupo de las grandes empresas del sector hay algunos especialistas españoles, a menudo provenientes del sector

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR LÁCTEO

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	1.261
Danone, S.A.	740
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa Food)	720,8
Industrias Lácteas Asturianas, S.A. (ILAS) - Grupo	670
Calidad Pascual, S.A.U. *	640
Lácteas García Baquero, S.A.	417
Grupo TGT	380
Queserías Entrepinares, S.A	358
Schreiber Foods España, S.L.	343
Iparlat, S.A.	260

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

cooperativo, junto a enormes compañías multinacionales. El primer grupo lácteo de capital exclusivamente español tiene unas ventas muy inferiores a las del líder.

En este sentido, el principal grupo lácteo que opera en España registró en 2019 unas ventas de 1.261 millones de euros, con un aumento interanual del 4%. Se trata de la filial española de una importante multinacional de origen francés.

El segundo grupo se quedó en 740 millones de euros; el tercero rondó los 721 millones de euros; el cuarto se situó en los 670 millones de euros y el quinto alcanzó los 640 millones de euros. Finalmente, entre los 260 y los 417 millones de euros de facturación anual quedaron ese año otros quince operadores. ■

COMERCIO EXTERIOR

El saldo del comercio exterior de productos lácteos es claramente desfavorable para nuestro país. Durante 2019, las importaciones ascendieron a 757.796 toneladas (1,6% más que en 2018) y las exportaciones a 512.530 toneladas (0,4% más). La balanza comercial tuvo un saldo negativo de 245.266 toneladas.

En valor, las importaciones sumaron 1.791,5 millones de euros, con un incremento interanual del 5%, mientras que las exportaciones llegaron hasta los 1.183,4 millones de euros, tras un crecimiento también del 5%, según los datos de Comercio.

De las importaciones, el mayor volumen fue el de los quesos (49%), seguido de los yogures y de la leche líquida

envasada. La menor partida, por su lado, fue la de mantequilla. Respecto a las exportaciones, en volumen lo más vendido fueron los yogures (24%), seguido de los quesos y la nata.

Los principales proveedores de productos lácteos para el mercado español son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia (28% del total) y Alemania (20%), aunque también importamos cantidades representativas de Holanda, Italia, Dinamarca, Bélgica, Portugal, Irlanda, Reino Unido y Polonia. Los países de la UE en su conjunto acaparan el 98% de todas las importaciones

de productos lácteos que efectúa España y los quesos son la principal partida importada en valor, representando el 62% del total.

En el caso de las exportaciones, los mercados de destino son, en la mayor parte de los casos, otros países de nuestro entorno, con las dos excepciones de Estados Unidos y China. El primer lugar entre los países a los que más vende España es Francia, seguida de Portugal.

Las exportaciones dirigidas a los diez primeros países del ranking suponen casi el 83% del total exportado y los productos que más se venden fuera son yogures y quesos. ■

LECHE LÍQUIDA

La industria láctea genera alrededor de 9.500 millones de euros al año, lo que supone el 8% de la actividad de la industria de alimentación y bebidas españolas, y emplea unas 27.000 personas, el 6,67% del empleo de la industria alimentaria, según datos de la Federación Española de Industrias Lácteas (FENIL).

Durante 2019 se entregaron en España 7.221.900 toneladas de leche de vaca, a las que hay que añadir otras 509.000 toneladas de leche de oveja y 474.140 toneladas de leche de cabra, lo que significa que la industria láctea española absorbió en 2019 8.204.900 toneladas de leche líquida producida en nuestro país. En comparación con la producción del año anterior, se registró una subida general del 1%, gracias a la leche de vaca.

El mercado español de leche líquida ronda los 3,2 millones de litros y muestra una constante tendencia a la baja en el último lustro (0,7% durante 2019). La partida comercializada más importante es la de leche semidesnatada, con el 46,6% del total en volumen. A continuación, se sitúa la leche entera, que supone el 35,3%, y la leche desnatada (18%).

En el grupo de las leches especiales destaca el importante crecimiento de las leches sin lactosa, que suponen ya más del 50% de todo el valor de ese segmento.

En cuanto a los envases, la leche líquida se vende mayoritariamente en envase de cartón (el 94% del total en volumen), si bien es cierto que estas ventas van perdiendo peso de año en años, mientras gana en presencia la botella de plástico y la botella de vidrio. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El primer eslabón de la cadena productiva del sector de la leche líquida son los ganaderos, que disminuyen de año en año. Al acabar el año 2019 había algo más de 12.830 ganaderos que efectuaban entregas de leche de vaca, un 5,6% menos que en el año anterior.

El 55,7% de esos ganaderos estaba radicado en Galicia. A continuación, las regiones con más ganaderos lácteos fueron Asturias (12,7%), Cantabria (8,6%), Castilla y León (7,7%), Andalucía (3,7%), Cataluña (3,3%), País Vasco (2,2%) y Castilla-La Mancha y Navarra con cuotas respectivas en torno al 1%.

PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	PRODUCCIÓN Mill. de Litros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	1.261
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food)	720,8
Calidad Pascual, S.A.U*	640
Coop. Gan. Valle de los Pedroches (COVAP)*	476
Iparlat, S.A.	260
Leche Celta, S.L.	178,5
Grupo Leche Río, S.A.	149,7
Iberleche, S.L.	176,06
Lactiber León, S.L.	84,88
Coop. Lácteas Unidas SCG (CLUN).	233

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

En el siguiente eslabón productivo aparecen unos 1.500 centros de recogida de leche, de los que únicamente unos 600 son industrias lácteas. En el grupo de los centros de recogida hay mucha concentración, pues sólo el 2% acapara el 46% de toda la leche que se produce en España.

Entre las empresas productoras de leche líquida se lleva años detectando un proceso de concentración, de cara a hacer más competitivas en los mercados internacionales a las empresas españolas.

Entre estos grandes grupos lácteos hay filiales de algunas de las más importantes compañías multinacionales, junto a otras empresas que tienen su origen en antiguas cooperativas de ganaderos.

La principal empresa elaboradora de leche de larga vida y pasteurizada produce unos 660 millones de litros, mientras que la segunda llega hasta los 640 millones de litros; la tercera ronda los 560 millones de litros; la cuarta se acerca a los 420 millones de litros y la quinta alcanza los 350 millones de litros.

Casi todas las empresas del sector están apostando por la innovación y por la certificación de sus procesos productivos para garantizar el bienestar animal.

Las marcas de distribución (MDD) están muy introducidas en el sector de la leche líquida, pues acaparan una cuota cercana al 50% en volumen y al valor, mientras que la primera empresa con marca propia (MDF) llega hasta el 15% en volumen y el 16% en valor. ■

COMERCIO EXTERIOR

España es importadora neta de leche y productos lácteos ya que su producción es claramente insuficiente para abastecer a las demandas internas. En los últimos años se ha reducido ligeramente la dependencia de las importaciones, aunque la balanza comercial sigue siendo negativa.

En 2019, las importaciones de leche líquida envasada ascendieron a 83.550 toneladas (8,7% menos que en el año anterior) y las de leche líquida a granel sumaron 42.256 toneladas (un 7,6% más). Por su lado, las exportaciones alcanzaron las 59.947 toneladas en el caso de la leche líquida envasada (3,5% más) y las 59.888 toneladas en el de la leche a granel (5,3% menos).

La mayor parte de este comercio exterior se realiza entre países que forman parte de la Unión Europea. Los



principales proveedores de leche para el mercado español son Francia, Portugal y Alemania, mientras que las exportaciones se han diversificado durante los últimos tiempos, ya que aparte de mercados tradicionales europeos, se ha comenzado a tener una presencia significativa en otros países, como los Emiratos Árabes, Catar o China. Se estima que algo más del 10% de la facturación total del sector lácteo se obtiene gracias a las ventas en el exterior. ■



CONSUMO Y GASTO EN LECHE

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 3.195,0 millones de litros de leche y gastaron 2.202,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 69,3 litros de consumo y 47,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (32,4 litros por persona y año), seguido de la le-

che entera (18,6 litros per cápita) y de la leche desnatada (17,9 litros per cápita). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 47,0%, con un total de 22,4 euros por persona, la leche desnatada el 26,0% con un total de 12,4 euros por persona, y la leche entera, con un porcentaje del 26,6% y 12,7 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL LECHE LÍQUIDA	3.195,0	69,3	2.202,4	47,7
LECHE PASTERIZADA	101,4	2,2	87,8	1,9
LECHE ESTERILIZADA	3.078,8	66,8	2.105,9	45,7
LECHE CRUDA	14,7	0,3	8,7	0,2
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,1	0,0	0,4	0,0
LECHE BOTELLA PLÁSTICO	346,7	7,5	271,1	5,9
LECHE CARTÓN	2.831,0	61,4	1.920,1	41,6
LECHE BOLSA	2,4	0,1	2,1	0,0
LECHE ENVASADA	3.180,2	68,9	2.193,7	47,6
LECHE ENTERA	857,6	18,6	588,0	12,7
LECHE DESNATADA	827,0	17,9	572,9	12,4
LECHE SEMIDESNATADA	1.495,7	32,4	1.032,8	22,4
LECHE ENRIQUECIDA	496,9	10,8	394,2	8,5
CON CALCIO	204,9	4,4	167,0	3,6
CON VITAMINAS	66,4	1,4	48,6	1,1
CON OTROS ADITIVOS	225,6	4,9	178,7	3,9
BIFIDUS+FIBRA	4,2	0,1	4,8	0,1
RESTO OTROS ADITIVOS	221,4	4,8	173,9	3,8
TOTAL OTRAS LECHEs	28,7	0,6	201,9	4,4
LECHE CONDENSADA	15,3	0,3	40,3	0,9
LECHE EN POLVO	8,9	0,2	149,0	3,2
LECHE EVAPORADA	4,5	0,1	12,6	0,3





*Al final,
todo queda en familia.*

Grupo Leche Rio es el único grupo lácteo gallego que sigue siendo una empresa 100% familiar. Y eso es muy importante. Porque, como tú, nos preocupamos por saber cómo se producen los alimentos que ponemos en nuestra mesa. El impacto medioambiental que tienen. O si se han mantenido los códigos de cuidado animal al elaborarlo. Porque eso es lo que hace cualquier familia. Preocuparse por los suyos. En **Grupo Leche Rio** sabemos lo difícil que es hacer bien las cosas. El esfuerzo que hay detrás de una empresa familiar. **Por eso solo compramos a granjas familiares gallegas.** Además, **producimos y elaboramos todos nuestros productos en Galicia, garantizando su frescura y calidad** pudiendo transportar y envasar en un tiempo récord. Y devolviéndole a nuestra tierra parte de lo que recibimos de ella.

Río
DE GALICIA

—
LENCE


LEYMA
NATURA

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

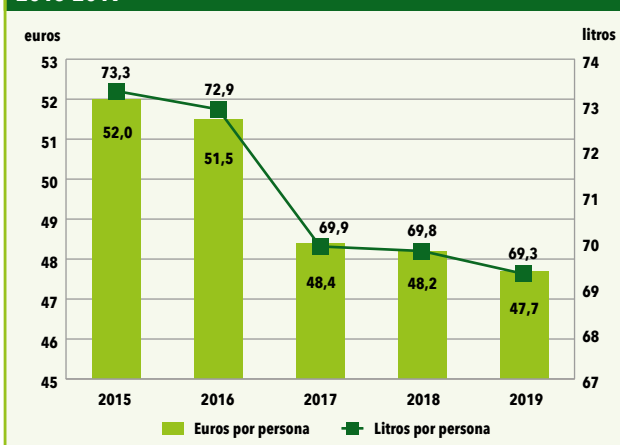
En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 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 en los hogares de cuatro personas.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de leche, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Región de Murcia, Cataluña y Andalucía. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

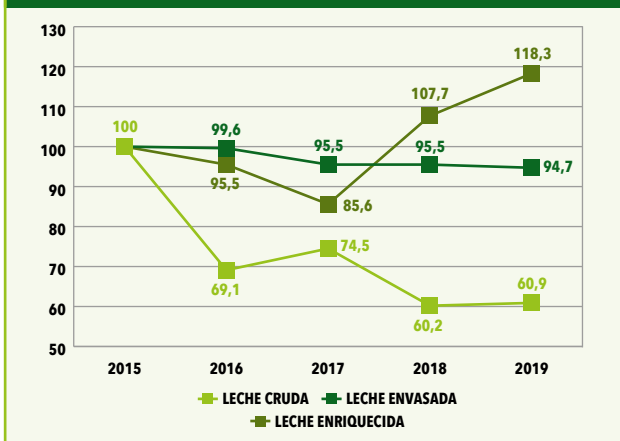
Durante los últimos cinco años, el consumo de leche ha caído 4,0 litros por persona y el gasto ha descendido 4,3 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015, con 73,3 litros, mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2015 (52,0 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2015-2019

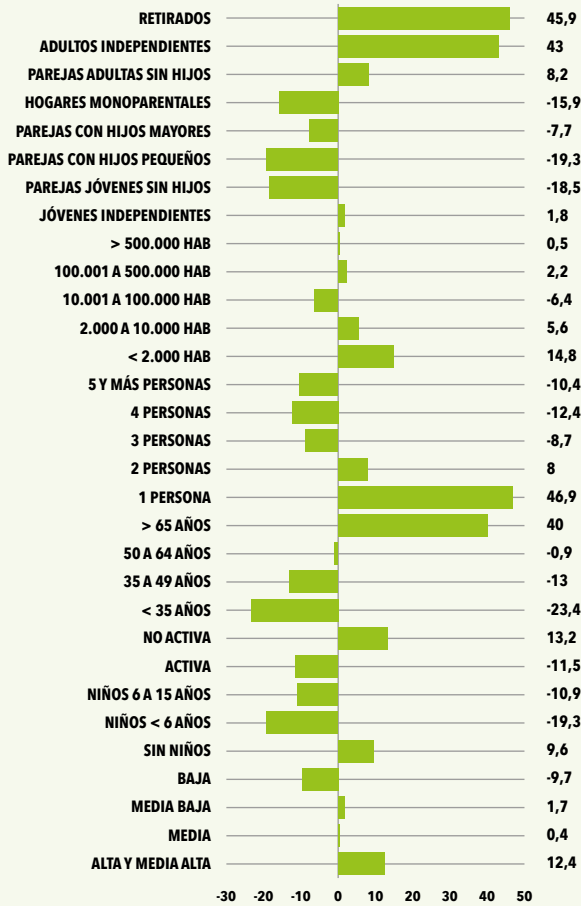


En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, crece la demanda de leche enriquecida y, por el contrario, en el consumo de leche envasada, otras leches y leche cruda se produce un descenso. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2015=100), 2015-2019



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

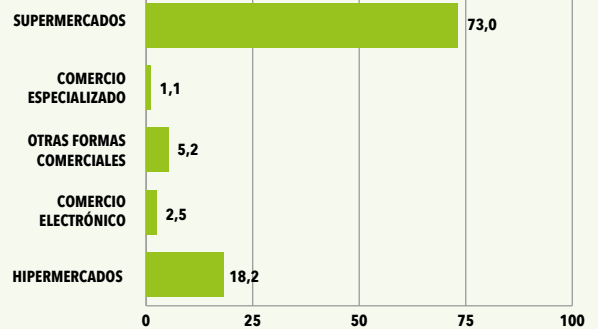


* Media nacional = 69,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de leche a los supermercados (73,0% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 18,2%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 1,1%. El comercio electrónico llega al 2,5% de cuota mientras que el resto de formas comerciales acaparan el 5,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE LÍQUIDA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



PRODUCTOS LÁCTEOS

Los productos lácteos son los derivados exclusivamente de la leche, a los que se añaden las sustancias necesarias para su fabricación, siempre que dichas sustancias no se utilicen para sustituir, en parte o del todo, algún componente de la leche.

El mercado español de productos refrigerados lácteos, incluyendo yogures, postres lácteos, gelatinas, profiteroles, tiramisú y “petit suisse”, superó durante el año 2019 las 1.017.372 toneladas, por un valor de casi 2.315 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 0,5% en volumen y del 0,2% en valor, porcentajes que viene a confirmar la estabilidad que domina en el sector.

La producción de yogures es la más abundante. En 2019 se estimaron unas ventas en libreservicio (híper y supermercados) superiores a las 822.346 toneladas, por un valor de 1.825 millones de euros, según las estimaciones de la consultora IRI. Dentro de los yogures, los sólidos acapararon el 76,3% de todas las ventas en volumen y el 73,3% en valor, mientras el resto de las ventas corresponden a las presentaciones líquidas. Del grupo de los yogures sólidos, la partida más importante fue la de los básicos enteros (360.105 toneladas y 685 millones de euros), seguidos por los especiales desnatados (112.203 toneladas y 301 millones de euros), los básicos desnatados (88.391 toneladas y 15152 millones de toneladas) y los especiales enteros (66.967 toneladas y 199 millones de euros).

En el caso de los yogures líquidos, fueron los especiales enteros los más demandados (82.793 toneladas y 288 millones de euros). A continuación quedaron los básicos enteros (80.665 toneladas y 114 millones de euros), los especiales desnatados (15.935 toneladas y 59 millones de euros) y los básicos desnatados (15.184 toneladas y 24,3 millones de euros).

Las ofertas con mayor dinamismo en el mercado son: yogures ecológicos, kéfir, skyr, yogures proteínicos, con semillas y las alternativas vegetales. Por el contrario, en el último año cayeron las ventas de los bifidus y los L casei. Según las estimaciones de la consultora IRI, en libreservicio las ventas de postres lácteos en 2019 se estimaron en 195.127 toneladas, por un valor de 489,7 millones de euros. En este grupo la partida más importante fue la de las natillas (71.518 toneladas y 155 millones de euros), seguida por las de los flanes (55.197 toneladas y 137 millones de euros), las gelatinas (32.779 toneladas y 55 millones de euros), las

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) - Grupo *	850
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food) *	720,8
Lactalis Puleva, S.L.U.*	660
Leche Celta, S.L. (Lactogal) *	178,5
Idilia Foods, S.L. *	173
Grupo Cacaolat, S.L.	59
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	10,5
Fartons Polo, S.L. *	10,5
Horchata Panach, S.L. - Grupo	9
La Chufera, S.A.	4,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DE YOGURES Y POSTRES LÁCTEOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Danone, S.A	740
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa Food)*	720,8
Calidad Pascual, S.A.U*	640
Schreiber Foods España, S.L.	343
Lactalis Nestlé Prod. Lácteos Refreg. Iberia, S.A	229
Andros (Granada y La Serna), S.A	145
Reina Group	134,8
Kaiku Corp. Alimentaria	117,5
Postres Lácteos Romar	49,7
Agrupación de Cooperativas Lácteas, S.L (Clesa)	27,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

copas (18.390 toneladas y 41,8 millones de euros) y el arroz con leche (14.120 toneladas y 36,7 millones de euros). ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de postres lácteos se caracteriza por una gran concentración y por la fuerte penetración de capitales internacionales. Los principales grupos del sector son filiales de enormes compañías multinacionales, junto a algunos especialistas de capital preferentemente español que tienen su origen en la recogida y producción de leche líquida y que han diversificado sus ofertas en los distintos segmentos del sector lácteo. La empresa líder en el mercado de los yogures es una multinacional francesa que en el año 2019 facturó 740

millones de euros (ventas totales). Sus marcas están muy consolidadas y tienen también una gran presencia en la marca de distribución (MDD).

El segundo grupo facturó, en su línea de postres lácteos y yogures, cerca de 300 millones de euros en 2019; la tercera empresa, 184 millones de euros; la cuarta, 135 millones de euros y la quinta, 120 millones de euros. A partir de esta posición, en el grupo de las primeras diez empresas hubo unas facturaciones que oscilaron desde los 50 millones de euros hasta los 25 millones de euros.

Tanto en el segmento de los yogures como en el de los postres lácteos, las marcas blancas (MDD) tienen una gran presencia, por encima de la que tienen en otros sectores. En el sector de los yogures acapararon el 65,2% de todas las ventas en volumen y del 52,8% en valor en 2019 y en el de los postres, llegaron hasta el 71% en volumen y al 40,6% en valor.

La Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos (AEFY) representa los intereses de las 13 empresas principales del sector y forma parte de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). Entre todos sus miembros producen más del 95% del yogur y los postres lácteos frescos del mercado español, llegando a casi 9 de cada 10 hogares. Asimismo, estas empresas dan

trabajo a unas 5.000 personas. Según datos de la AEFY, diariamente se consumen en España 22 millones de yogures y postres lácteos. ■

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de yogures y leches fermentadas llegaron, durante 2019, a 174.277 toneladas, una cifra inferior en un 9,3% sobre el año anterior. Asimismo, se exportaron 123.484 toneladas, un 3,9% por debajo.

Los principales proveedores de postres lácteos para el mercado español son otros países de la Unión Europea, entre los que destaca Francia, ya que acapara más del 50% de todas las importaciones de yogures y un porcentaje ligeramente superior de postres. A continuación, se sitúan Alemania y Austria.

El principal mercado de destino de las exportaciones españolas es Portugal, aunque alrededor de un tercio de todas las ventas en el exterior de productos lácteos se dirige hacia países fuera de la Unión Europea, lo que indica los esfuerzos de las empresas españolas para internacionalizar sus negocios.

Algunos de los principales operadores del sector han internacionalizado sus plantas de producción para facilitar el acceso a otros mercados. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

ANDALUCÍA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

LECHE PASTERIZADA

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MANTEQUILLA DE SORIA *

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya * (MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

* Inscrita en el Registro de la UE

Mantequilla de Soria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA DE PRODUCCIÓN DE LECHE: EXPLOTACIONES GANADERAS. Comprende 169 municipios de la provincia de Soria. La leche procede de las ganaderías de vacuno inscritas de las razas frisona, parda alpina o cruces entre ellas.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Protegida Mantequilla de Soria ampara a tres variedades. El color de la contraetiqueta del Consejo Regulador es de color amarillo para la mantequilla natural, azul para la salada y rosa para la dulce.

La mantequilla natural se consigue tras un proceso de desnatado y pasteurización, con la adición de unos fermentos lácticos determinados hasta que la nata alcanza la acidez necesaria. Tras eliminar el suero se amasa de forma lenta en un proceso discontinuo hasta lograr la textura final característica de la Mantequilla de Soria. Este proceso se asemeja al método de elaboración tradicional. La mantequilla salada se elabora de la misma forma pero añadiendo sal. Se envasan en rollo y en lata.

La mantequilla dulce es la más típica y se elabora a partir de la mantequilla natural con DOP batida con un jarabe de agua y sacarosa. Tiene un color blanco característico, decorado con un típico adorno rosado apareciendo en el envase tradicional, de plástico transparente con el adorno característico de manga pastelera. También se puede encontrar envasada en latas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas en la actualidad dos ganaderías con una producción aproximada de 1.600.000 l de leche, una industria láctea que elabora la natural y la salada y cinco industrias pasteleras que elaboran la dulce.

La producción media en los últimos años, de Mantequilla de Soria es de unos 70.000 kg de los cuales aproximadamente un 65 % son de mantequilla natural, un 20% de mantequilla salada y un 15% de mantequilla dulce.



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 unas 7.000 cabezas reproductoras y 100 explotaciones ganaderas que producen más de 10 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Anualmente, se comercializan 500.000 kilos de Mantequilla de L'Alt Urgell y la Cerdanya.

HELADOS

Una climatología favorable, la recuperación económica y el aumento del turismo fueron las causas de que el sector de los helados cerrara el año 2019 con resultados muy positivos. Las ventas en retail registraron un aumento, tanto en valor como en volumen, según varias consultoras expertas en el sector.

La producción española de helados en el año 2019 se situó en los 345,2 millones de litros, por un valor de 677,6 millones de euros, según la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE). Comparando estos datos con los del año 2018, se observa un aumento de la producción del 12,3% y también en el valor (7%).

Aunque el mercado interior consume más de 70% de la producción, se estima que hay margen para que el consumo siga creciendo y se coloque al nivel del que hay en otros países de la Unión Europea.

Las marcas de distribución (MDD) supusieron el 81,8% de las ventas en volumen dentro del retail, lo que da una idea del peso que éstas tienen en el mercado. En valor, el peso de las MDD es menor (62%).

Las ventas de helados en la distribución organizada en el pasado ejercicio llegaron hasta los 206 millones de litros, por un valor de 765 millones de euros, según la media de datos que manejan varias consultoras.

Dentro de este sector, las ventas por segmentos las encabezan los helados individuales que representaron en 2019 el 61% en volumen y el 69% en valor del total. En este subgrupo destacaron las ventas de cono/sándwich, con el 25% de cuota en volumen y el 24% en valor.

Detrás de los helados individuales destacaron las ventas de tarrinas familiares con el 28% en volumen y el 25% en valor, mientras que los helados a dividir (barras y tartas) representaron el 10,4% en volumen y el 5% en valor.

En cuanto a los sabores, destacó el chocolate, por encima de la vainilla, la nata, el limón y la fresa.

En los últimos años, las ofertas que más crecen son las de los helados artesanales, los yogures helados, los helados veganos, sin gluten y los bajos en grasa. Para el sector productor y comercializador, el gran desafío es conseguir la desestacionalización del consumo. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de helados presenta una situación claramente dual, ya que existe un gran número de pequeños y medianos operadores, junto a unos pocos y grandes grupos, muy a menudo filiales de enormes compañías multinacionales, que son los que tienden a controlar el mercado.

Otra de las características del sector industrial de los helados es que hay muchas empresas jóvenes, con menos de una década de historia. Más de un 70% de estas empresas heladeras se califica como microempresa; un 25% como pequeña empresa; un 3% como mediana empresa y un 2% se considera gran empresa. Andalucía es la comunidad donde se encuentra mayoría de las empresas heladeras, seguida por la Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares. Las diez empresas más importantes del sector controlan alrededor del 85% de todas las ventas en valor y en volumen.

El grupo líder del sector helados es una filial de una gran compañía multinacional y registró en 2019 una facturación de 225 millones de euros en el sector, con marcas muy conocidas y también una gran presencia entre las MDD; la segunda empresa en facturación también es un gran grupo, con una facturación de 190 millones de euros

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. (División helados. Estimación)	205
Froneri Iberia, S.L.	200
ICE Cream Factory Co. Marker, S.A.	132
Farggi La Menorquina (Grupo Farga) *	130
Aiadhesa, S.A. (Grupo Alacant)	85
Grupo Helados Estiú	61
Crestas La Galeta, S.A.	37,5
Casty, S.A.	25,5
Grupo Kalise, S.A. *	60
Industrias Jijonencas, S.A.*	16,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2018.

*Incluye la facturación de otras producciones.

y la tercera, con una facturación de 132 millones de euros, es un grupo internacional con mucha presencia en el segmento de la MDD.

El sector de los yogures helados se está abriendo paso con fuerza en este mercado. La empresa más importante es una compañía española creada en 2010, que cuenta con más de dos centenares de establecimientos y presencia en más de 20 países. Otra empresa española ocupa la segunda posición en ventas y facturación.

La innovación constante y la presentación de ofertas más saludables, adaptadas a los nuevos gustos de los consumidores, constituyen las principales estrategias para arañar cuotas de mercado. ■

COMERCIO EXTERIOR

Según datos del Ministerio de Comercio, en 2019 se exportaron 48.560 toneladas de helado y se importaron 72.655 toneladas. Comparando estas cifras con las del año precedente, se observó un aumento del 0,2% en las exportaciones y del 9% en las importaciones.

En valor, las ventas totales alcanzaron los 142,1 millones de euros, mientras que las compras superaron los 173,4 millones de euros. En este caso, las exportaciones disminuyeron un 2,6% respecto a 2018 y las importaciones aumentaron un 0,34%.

QUESOS

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), la producción nacional de quesos en el año 2019 se elevó a 442.200 toneladas, un volumen inferior en un 6,7% al del año anterior.

De esta producción total, 185.900 toneladas fueron quesos de leche de vaca; 69.900 toneladas de leche de oveja y 51.700 toneladas de leche de cabra. El resto (134.800 toneladas) fueron quesos elaborados con leche de distintas cabañas.

En cuanto a los tipos de queso, del total producido 50.900 toneladas fueron quesos de pasta blanda; 37.600 de pasta semiblanda; 95.900 de pasta semidura; 77.800 de pasta dura; 4.900 de pasta extradura y 175.200 toneladas fueron quesos frescos.



Los principales mercados de las exportaciones de helados son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Portugal, Reino Unido, Italia, Francia, Alemania y Holanda.

De todas formas, muchos movimientos entre distintas filiales de una misma compañía no quedan reflejados en las estadísticas de comercio exterior, por lo que las cifras reales pueden ser mucho más importantes. La gran mayoría de los grandes operadores del sector apuestan también por internacionalizar sus plantas de producción para situarlas cerca de los grandes mercados de destino. Por lo que hace referencia a las importaciones de helados, las principales partidas importadas están vinculadas a las estrategias comerciales de las grandes cadenas de la distribución alimentaria. Por ello, los principales proveedores son Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Reino Unido. ■



"... era tradición
hacer el queso con
cuajo vegetal
de flor de cardo ..."

Torta del Casar ¡Única!



Consejo Regulador
Denominación de Origen Protegida



JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural,
Población y Territorio



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural
Europa invierte en sus zonas rurales



www.tortadelcasar.eu

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS QUESOS

EMPRESA	PRODUCCIÓN TONELADAS
Lácteos García Baquero, S.A	417
Grupo TGT	380
Queserías Entrepinares, S.A	358
Lactalis Forlana. S.L	266,5
Frieslandcampina Iberia, S.L*	150
Quesería Lafuente, S.A	120
Arla Foods, S.A	120
Mantequerías Arias, S.A.	100,3
Lácteos Flor de Burgos, S.L	57
Mondelez España Grupo *	550

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

Comparando las producciones de 2019 con las del anterior se observó una disminución en todos los tipos de queso, pero especialmente en el grupo de pasta blanda (22,4% menos).

Asimismo, por tipos de leche se produjeron un 19,5% menos de quesos de cabra que un año antes y un 16,8% menos quesos de mezcla de leches, mientras que por el contrario aumentó la producción de quesos de leche de vaca (4%) y de leche de oveja (0,4%).

A nivel general, la producción de quesos española en relación con la comunitaria representa en torno a un 5%, pero en algunos sectores como el de los quesos de oveja, ese porcentaje se elevó hasta un 35% y en el de los quesos de cabra, a un 25%. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector industrial de los quesos estaba hasta hace unos años bastante atomizado y formado por un gran número de pequeños y medianos operadores, muy a menudo de carácter semiartesanal y con una incidencia limitada a los mercados locales.

Con los años, se han producido procesos de concentración que han acabado por configurar grandes grupos que cuentan en muchas ocasiones con capital extranjero (italiano y francés principalmente) y que basan sus estrategias en el comercio exterior.

La principal empresa del sector es fundamentalmente una importadora de quesos europeos y registró en 2019 una producción de 131.000 toneladas. La segunda es española y llegó a las 70.000 toneladas, con una importan-

te cuota en el retail. La tercera también es una empresa española con una producción de 50.000 toneladas en el año 2019 y la cuarta, un grupo que produjo ese año hasta 36.300 toneladas.

Por debajo de estas cuatro en el ranking de las 10 con mayor producción estaban empresas nacionales y filiales de importantes grupos internacionales, con producciones que oscilaron entre las 30.000 toneladas y las 17.000 toneladas.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en el libreservicio ya que acapararon en 2019 el 66,5% de todas las ventas en volumen y el 53,5% en valor. Las perspectivas para el año 2020 apuntan a que esos porcentajes se incrementarán.

Por tipos de quesos, según los datos de la consultora IRI, en el año 2019 el 38,9% de las ventas en volumen en libreservicio fueron quesos tiernos, entre los que destacaron las lonchas; el 29,3% fueron quesos semicurados y el 31,7% fueron quesos curados. Por su valor, el primer lugar fue en 2019 para los quesos tiernos también, con un 36%, pero el segundo lo ocupó el queso curado con un 34% del total. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de quesos es claramente desfavorable para nuestro país, como ocurre con prácticamente todos los productos lácteos. De todas formas, en los últimos tiempos la balanza comercial ha tendido a equilibrarse, ya que las exportaciones han crecido a buen ritmo.

El año 2009 se exportaron 47.602 toneladas y en 2019 se alcanzaron ya las 107.579 toneladas, un 8% más que un año antes. Asimismo, se importaron 309.742 toneladas de queso, un 4% más que un año antes.

Tanto las exportaciones como las importaciones tienen un origen y destino europeos. En el caso de las importaciones, los principales proveedores son Alemania, Francia y Holanda, pero también se importan quesos de Italia, Dinamarca, Bélgica, Reino Unido; Polonia, Irlanda, Portugal y Luxemburgo.

Aunque las importaciones procedentes de países no europeos están creciendo significativamente, tienen todavía un peso relativo. Para los quesos españoles, los mercados de destino prioritarios son Italia, Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido y Holanda. ■

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 1.620,8 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 5.778,2 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 35,1 kilos de consumo y 125,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogur (9,8 kilos por persona), seguido del queso, con 7,8 kilos per cápita al año, y de los helados y tartas, que suponen un consumo

de 3,5 kilos por persona al año. En términos de gasto, el queso concentra el 46,6%, con 58,4 euros por persona al año, y resulta significativa la participación del queso semicurado (15,8 euros) y del fresco (11,3 euros). Por su parte, el yogur supone el 14,4% del gasto total en este tipo de productos, con 18,1 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 10,7%, con 13,4 euros per cápita anuales. ■

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	1.620,8	35,1	5.778,2	125,3
BATIDOS DE LECHE	115,0	2,5	148,9	3,2
BATIDOS DE YOGUR	59,5	1,3	95,6	2,1
LECHES FERMENTADAS	664,9	14,4	1.459,1	31,6
YOGUR	451,9	9,8	836,6	18,1
YOGUR CON ADITIVOS	128,6	2,8	315,2	6,8
YOGUR SIN ADITIVOS	323,3	7,0	521,4	11,3
YOGUR NATURAL	87,5	1,9	118,2	2,6
YOGUR SABORES	92,5	2,0	132,4	2,9
YOGUR FRUTAS	21,7	0,5	47,2	1,0
YOGUR DESNATADO	133,7	2,9	237,1	5,1
YOGUR ENRIQUECIDO	6,5	0,1	26,3	0,6
OTROS	110,1	2,4	275,4	6,0
YOGUR CON BIFIDUS	127,0	2,8	318,6	6,9
OTRAS LECHES FERMENTADAS	86,1	1,9	303,9	6,6
MANTEQUILLA	15,9	0,3	118,2	2,6
MANTEQUILLA LIGHT	2,5	0,1	16,9	0,4
MANTEQUILLA NORMAL	13,4	0,3	101,3	2,2
QUESO	359,9	7,8	2.693,9	58,4
QUESO FRESCO	98,6	2,1	521,7	11,3
FRESCO LIGHT	31,0	0,7	116,9	2,5
FRESCO SIN SAL	0,5	0,0	3,1	0,1
FRESCO BAJO SAL	4,0	0,1	30,4	0,7
FRESCO CALCIO	1,3	0,0	3,7	0,1
QUESO FUNDIDO	39,4	0,9	233,0	5,1
QUESO TIERNO	24,6	0,5	178,4	3,9
QUESO SEMICURADO	84,2	1,8	729,9	15,8
QUESO CURADO	19,2	0,4	188,9	4,1
QUESO OVEJA	19,6	0,4	206,4	4,5
QUESO CABRA	13,7	0,3	153,4	3,3
QUESO DE BOLA	6,7	0,1	65,0	1,4
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,4	0,1	32,4	0,7
QUESO TIPO AZUL	3,4	0,1	38,5	0,8
OTROS TIPOS QUESO	46,3	1,0	346,3	7,5
HELADOS Y TARTAS	159,5	3,5	618,1	13,4
HELADOS	136,0	2,9	497,4	10,8
TARTAS	23,5	0,5	120,6	2,6
NATA	46,6	1,0	135,2	2,9
NATILLAS	40,2	0,9	87,1	1,9
FLANES PREPARADOS	45,0	1,0	116,7	2,5
CUAJADAS	9,3	0,2	24,7	0,5
CREMA DE CHOCOLATE	17,3	0,4	38,4	0,8
CREMA CATALANA	1,2	0,0	6,2	0,1
POSTRES CON NATA	16,1	0,3	37,0	0,8
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	70,3	1,5	199,2	4,3

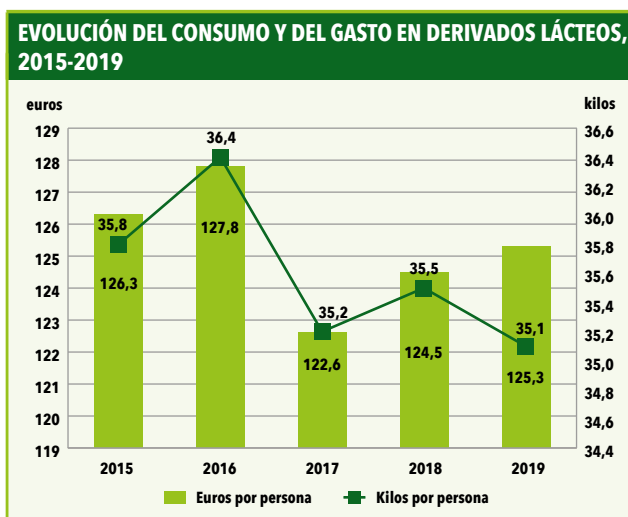
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

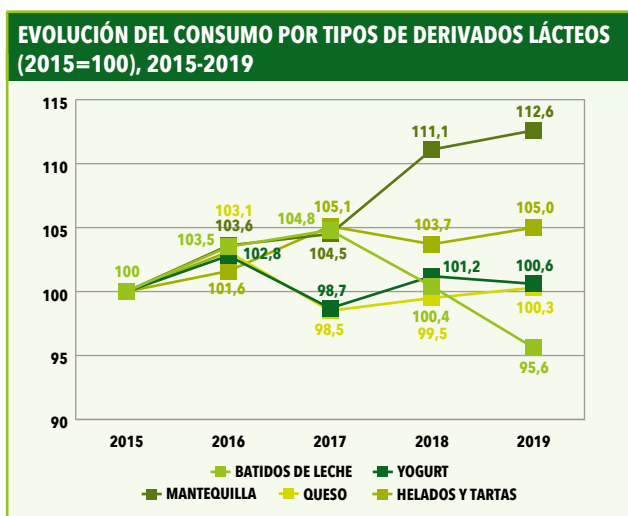
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de derivados lácteos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 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 grandes municipios (de 100.000 a 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de derivados lácteos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Cantabria y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Madrid, La Rioja y Castilla-La Mancha. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

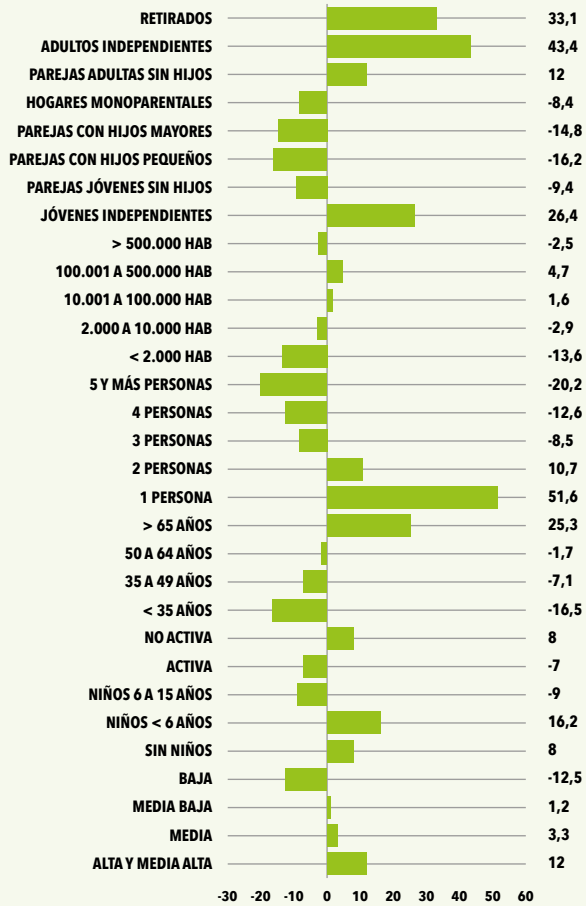
Durante los últimos cinco años, tanto el consumo como el gasto de derivados lácteos se ha mantenido estable en términos per cápita (reducción de 0,7 kilos y 1 euro). En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2016 (36,4 kilos y 127,8 euros por consumidor).



En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de helados, tartas, yogurt, queso y mantequilla aumenta, mientras que en el caso de los batidos de leche se produce un ligero descenso. ■



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

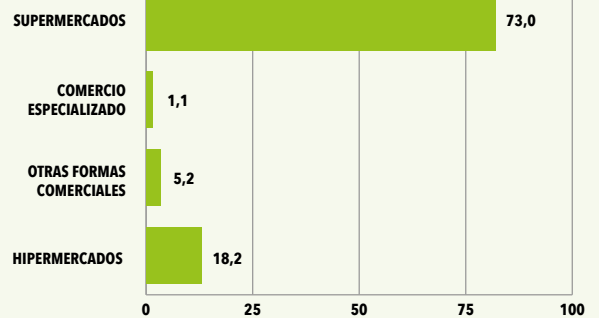


* Media nacional = 35,1 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de derivados lácteos a los supermercados (82,0% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,0% y los establecimientos especializados llegan al 1,6%. Otras formas comerciales alcanzan la cuota del 3,4% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD EN EL SECTOR DE QUESOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

QUESO FRESCO

QUESO MADURADO

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

AFUEGA'L PITU *

CABRALES *

GAMONEDO (GAMONEU) *

QUESO CASÍN *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESO LOS BEYOS **/ *

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MAHÓN-MENORCA *

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

QUESO FLOR DE GUÍA Y QUESO DE GUÍA *

QUESO MAJORERO *

QUESO PALMERO *

CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PICÓN BEJES-TRESVISO *

QUESO-NATA DE CANTABRIA *

QUESUCOS DE LIÉBANA *

MARCAS "CALIDAD CONTROLADA"

QUESO DE OVEJA CURADO

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO MANCHEGO *

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO ZAMORANO *

MARCA DE GARANTÍA

QUESO ARRIBES DE SALAMANCA

QUESO CASTELLANO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESO DE VALDEÓN *

QUESO LOS BEYOS **/ *

DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCAS DE GARANTÍA

QUESO CASTELLANO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *

(QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

FORMATGE (QUESO)

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV"

QUESO BLANQUET

QUESO DE CASOLETA

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

IDIAZABAL **/ *

RONCAL *

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

IDIAZABAL **/ *

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

Afuega'l Pitu

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que integran esta denominación de origen son: Morcín, Riosa, Santo Adriano, Grado, Salas, Pravia, Tineo, Belmonte, Cudillero, Candamo, Las Regueras, Muros del Nalón y Soto del Barco, todos en Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es un queso graso que puede ser fresco o madurado, elaborado con leche entera pasteurizada de vacas sanas de la raza Frisona y Asturiana de los Valles. De pasta blanda, de color blanco o bien anaranjado rojizo si se le añade pimentón. Los quesos que tengan un periodo de maduración de 60 días no será requisito la pasteurización de la leche. De forma troncónica o de calabacín con un peso entre 200 y 600 gramos, tiene corteza natural y consistencia variable según el grado de maduración. Se elaboran cuatro variedades, según la forma y si se adiciona o no pimentón: Atroncau Blancu, Atroncau Roxu, Trapu Blancu y Trapu Roxu.

DATOS BÁSICOS: Se producen en torno a 920.000 litros de leche con destino a la elaboración de quesos con DOP. El Consejo Regulador tiene registradas 8 queserías que comercializan más de 128.000 kilos de queso con DOP, que se distribuyen preferentemente en el mercado nacional.

Cabrales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 18 términos municipales de la comarca de Cabrales y 3 municipios de Peñamellera Alta, en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche cruda de vaca o con mezcla de leche de oveja y cabra. El proceso de maduración oscila entre 3 y 6 meses y se efectúa en cuevas naturales de la comarca de Cabrales. De forma cilíndrica, su peso es de 1 a 2,5 kilos, de corteza blanda, untuosa, de color amarronado anaranjado, despiden un fuerte olor muy característico. Mantecoso al paladar, ligeramente picante y con un intenso retrogusto de excelente calidad.

DATOS BÁSICOS: Están censadas más de 3.500 cabezas de ganado en 41 explotaciones ganaderas que producen 5 millones de litros de leche al año. Las 32 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 500.000 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional, excepto un pequeño porcentaje que se exporta a la UE y países de América.

Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El territorio de producción de leche y elaboración del tradicional "queso gallego" amparado por la DOP comprende 32 municipios de la Galicia central.

CARACTERÍSTICAS: se elabora con leche entera, cruda o pasteurizada, de vacas de razas Rubia Gallega, Frisona, Pardo Alpina y sus cruces. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días. Su forma es lenticular o cilíndrica, con los bordes redondeados, y su peso oscila entre 0,5 y 3,5 kg. La corteza es fina y elástica, de color amarillo, brillante, limpia y lisa. La masa es de color uniforme, entre blanca marfil y amarillo pálido, de aspecto brillante, sin grietas, y puede presentar ojos en número reducido. Su aroma es lácteo, intenso a mantequilla, con matices de yogur, y también nata y nuez, de intensidad débil. Su sabor es elemental de leche, ligeramente salado y de acidez media. La textura es fina, poco húmeda, poco firme y con elasticidad baja. En la boca es fundente y soluble. Se ampara también un Arzúa-Ulloa Curado, con un período de maduración mínima de 6 meses.

DATOS BÁSICOS: están inscritas más de 1400 explotaciones ganaderas con más de 30.000 vacas productoras, y 21 queserías que elaboran una media anual de 3,4 millones de kilos de Arzúa-Ulloa, lo cual significa que esta DOP es la segunda de las de los quesos españoles, y la primera entre las que amparan quesos de leche de vaca. Más del 80% se consume en Galicia, donde popularmente se le conoce también como "el queso del país".

Cebreiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del Queixo do Cebreiro se localiza en 13 concejos al sudeste de la provincia de Lugo.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche pasteurizada de vaca de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona o sus cruces, aunque también se puede utilizar leche de cabra en una proporción que no supere el 40% del total. El período de maduración oscila entre 48 horas para el fresco y 2 meses para el curado y su peso va de 0,3 kilos a 2 kilos. El queso se presenta en forma de seta o gorro de cocinero y de corteza fina o inexistente. La pasta es granulosa, blanda, untuosa y fundente en el paladar, con sabor levemente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 6 productores y 4 empresas queseras que comercializan una media anual de 30.000 kilos de queso con Denominación de Origen Protegida.

Formatge de l'Alt Urgell i La Cerdanya

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y la elaboración del queso en las comarcas de l'Alt Urgell y la Cerdanya de las provincias de Lleida y Girona.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente leche fresca de vaca. El proceso de maduración se prolonga durante un mínimo de 45 días en cavas. Los quesos son de forma cilíndrica, de 2,5 kilos de peso, de pasta prensada, no cocida, de color crema o marfil, de textura tierna y cremosa, de aroma dulce y penetrante, gusto suave, agradable y muy característico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas unas 7.000 cabezas reproductoras y 80 explotaciones ganaderas que producen más de 3 millones de litros de leche destinados a la elaboración de queso protegido. Se comercializan aproximadamente 300.000 kilos de Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

Gamoneu (Gamonedo)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica está situada en el Parque Nacional de Picos de Europa y los municipios que la integran son Cangas de Onís y Onís en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es graso, ahumado, madurado, de corteza natural, elaborado artesanalmente con mezcla de leche de oveja, vaca y cabra. Es de forma cilíndrica y su peso oscila entre 0,5 y 7 kilos, la consistencia de la pasta es dura o semidura. Su color en el interior es blanco o blanco amarillento y azulado-verdoso en su exterior, y según la cepa de moho de las cuevas llega a adquirir un color rojizo. Su sabor presenta un predominio suave de humo y ligeramente picante. En boca evoluciona a mantecoso y con regusto persistente a avellanas. Las variedades autorizadas son las tradicionales "Gamoneu" o "Gamonedo" del Puerto y "Gamoneu" o "Gamonedo" del Valle.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 22 explotaciones ganaderas que producen más de 1.116.835 litros de leche con destino a la elaboración de producto. Están registradas 21 queserías que comercializan 94.108 kilos de queso con DOP.

Idiazabal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del queso con Denominación de Origen Protegida Idiazabal 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 400 explotaciones, que producen una media anual de 9,5 millones de litros de leche. Las 124 queserías que producen aproximadamente unas 1.400 toneladas de queso Idiazabal al año. Declarado "Producto Patrimonio Culinario Europeo".

Mahón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende todo el territorio de la isla de Menorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Los quesos se elaboran con leche entera de vaca; tienen forma cuadrada y un peso entre uno y cuatro kilos. Se fabrican tres variedades: Tierno, de 21 a 60 días de maduración, resulta suave, blando y elástico, de aromas lácticos y ligero sabor ácido; Semi-curado, de 2 a 5 meses de maduración, anaranjado o pardo si es artesano y reminiscencias a mantequilla y avellanas; y Curado, con más de cinco meses de maduración, sabor y aroma intensos, persistencia bucal larga, recuerdos a madera envejecida, cuero curtido o cava de maduración y suave aparición picante; se le considera el "parmesano" español.

DATOS BÁSICOS: 7.913 vacas y 131 explotaciones ganaderas producen 48,5 millones de litros de leche al año, mientras 48 queserías comercializan más de 2,4 millones de kilos de queso, que se venden en el mercado nacional, salvo un 13,3% que se destina a la exportación.

Picón Bejes-Tresviso

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida ampara varios términos municipales de la comarca de Liébana, con Bejes, Tresviso y Turieno como principales núcleos queseros, localizados al sudoeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo-Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración en cuevas naturales es de al menos 2 meses. De forma cilíndrica, corteza blanda, delgada y untuosa de color gris con zonas amarillas. La pasta es compacta, con ojos de color blanco y zonas con vetas de color azul-verdoso. El sabor es levemente picante, más acusado cuando está elaborado con leche de oveja o cabra, o en mezcla.

DATOS BÁSICOS: Hay censadas 1.269 cabezas de ganado y 15 explotaciones ganaderas que producen 475.038 litros de leche al año; 4 queserías comercializan anualmente algo más de 51.230 kilos de queso destinados al mercado nacional.

Queso Camerano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de leche apta para la elaboración de los quesos amparados por la Denominación está constituida por todos los municipios de las comarcas de La Rioja Alta y Sierra de Los Cameros. La zona de elaboración, maduración y conservación pertenece a La Rioja Media y Baja.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche de cabra de las razas Serrana, Murciano-Granadina, Malagueña, Alpina y sus cruces. De forma cilíndrica, su peso oscila entre 200 y 1.200 gramos y se producen cuatro variedades: frescos, tiernos, semicurados y curados.

DATOS BÁSICOS: En La Rioja existen 270 explotaciones de ganado caprino con unos 10.000 animales, de los que 4.646 son para la producción de leche, que se sitúa en torno a los 800.000 litros anuales. De ellos, 250.000 se destinan a la elaboración del Queso Camerano, lo que se traduce en unos 25.000 kilos de queso al año. En la actualidad hay 2 queserías que elaboran este producto.

Queso Casín

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona que delimita esta DOP comprende los concejos de Caso, Sobrescobio y Piloña en el Principado de Asturias. El Queso Casín es uno de los más antiguos de España.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de leche de vaca entera cruda de vaca, de las razas Asturiana de la Montaña o Casina, Asturiana de los Valles, Frisona y sus cruces. Es característica su peculiar técnica de amasado de la cuajada: se amasa varias veces en la "máquina de rabilar". De aroma potente y punzante, su sabor es picante, fuerte y persistente, aumentando en intensidad al incrementar el número de amasados. Su forma es cilíndrica-discooidal irregular, con un peso de 250 a 1.000 gramos, tiene color amarillo cremoso oscuro y presenta una de las caras grabadas con motivos ornamentales exclusivos para cada elaborador.

DATOS BÁSICOS: Se producen más de 100.000 litros de leche con destino a la elaboración de este producto. El Consejo Regulador cuenta con 3 queserías registradas que comercializan aproximadamente 40.000 unidades de Queso Casín, distribuidas preferentemente en el mercado nacional.

Queso Los Beyos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración se encuentra ubicada en la vertiente atlántica de la cordillera Cantábrica, en su sector centro-oriental, coincidiendo con la cuenca alta del río Sella, que discurre, en este tramo, a través del desfiladero de Los Beyos, del que toma su nombre el queso.

CARACTERÍSTICAS: Se trata de un queso madurado, de coagulación predominante láctica, de pequeño tamaño, cilíndrico, de diámetro ligeramente superior a la altura, con un peso entre 250 y 500 gramos; de corteza fina y rugosa; de pasta semidura a dura, cerrada y desmenuzable al corte; de textura firme y friable, poco o nada elástica; con aroma y sabor característicos, agradables y equilibrados, que recuerdan a la leche de la que procede.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador es el encargado de garantizar, tanto en el proceso como en el producto, a través de su estructura de control, el cumplimiento de los requisitos establecidos para poder ser amparados por la IGP Los Beyos. Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

Queso-Nata de Cantabria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de este queso, conocido como queso de nata, se extiende por todo el territorio de Cantabria, a excepción de las cuencas hidrográficas de los ríos Urdón y Cervera y los municipios de Tresviso y Bejes.

CARACTERÍSTICAS: En su elaboración se utiliza exclusivamente leche entera de vaca de la raza Frisona. El período mínimo de maduración es de 7 días a partir de la fecha de finalización del proceso de salado. El peso oscila entre 400 gramos y 2,8 kilos, con un color levemente amarillo y de corteza lisa, blanda y natural; resulta un queso graso, de pasta compacta, semicocida, con textura mantecosa y sabor suave, olor aromático y fresco.

DATOS BÁSICOS: Las 3.418 cabezas de ganado vacuno censadas en 75 explotaciones ganaderas producen 1.498.558 litros de leche al año. Las 5 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 124.357 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

Queixo Tetilla (Queso Tetilla)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende las cuatro provincias de la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche entera de vaca de las razas Frisona, Pardo Alpina y Rubia Gallega.

El tiempo mínimo de maduración es de 8 días después del proceso de salado. De aroma suave, su sabor es láctico, mantecoso, ligeramente ácido y salado suave.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas cerca de 45.350 vacas y 1.795 explotaciones ganaderas que producen unos 14 millones de litros de leche. Las 33 queserías registradas producen una media anual de 1,7 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 93% en el mercado nacional y el 7% restante se destina a la exportación.

Queso de Flor de Guía y Queso de Guía

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se produce en el noroeste de Gran Canaria, en los municipios de Santa María de Guía, Gáldar y Moya.

CARACTERÍSTICAS: Es un queso elaborado con leche de oveja o mezcla de esta con leche de vaca canaria y sus cruces o cabra de cualquiera de las razas canarias. Para su fabricación, totalmente artesanal, se utiliza cuajo vegetal, obtenido de la flor de cardo azul, de ahí su nombre. Su corteza, de color amarillo-blanquecino, resulta ligera, y el interior es compacto, aunque con pequeñas galerías de origen fermentativo. De graso a extragrasso, 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 dulztones 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 ocho municipios del Valle de Valdeón, situado al noroeste de la provincia de León.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche pasteurizada de vaca de la variedad Parda Alpina y leche de cabra de las variedades Alpina y del País. El proceso de maduración oscila entre 45 y 60 días y se puede realizar de forma artesanal en cuevas naturales o por procedimientos industriales. El producto resultante es un queso graso con una corteza apenas definida, de forma cilíndrica y un peso aproximado de 2,4 kilos. También se comercializa en tarrinas de 500 y 200 g para untar y en cuñas de 100 a 200 g. Su sabor es intenso, láctico, definido y picante.

DATOS BÁSICOS: La producción actual es de unos 300.000 kilos anuales, de los que el 40% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

Queso de Murcia Queso de Murcia al Vino

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El Consejo Regulador ampara dos Denominaciones de Origen Protegidas: Queso de Murcia y Queso de Murcia al Vino. La zona de elaboración y producción abarca toda la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente leche fresca de cabra de la raza Murciana. Tiene un tiempo mínimo de curación de 45 días. Es un queso semiduro, de textura cremosa y elástica, suave, agradablemente ácido y poco salado. El Queso de Murcia puede ser fresco, de color blanco con marcas de pleita, o curado, con cuatro meses de maduración como mínimo, resultando un queso de pasta firme, con aroma y sabor agradable.

DATOS BÁSICOS: La cabaña suma 71.200 cabras. En 2017 hubo 155 explotaciones caprinas de raza Murciana y 8 queserías inscritas los registros del Consejo Regulador. La producción total de queso DOP alcanzó la cifra récord de 601.000 kilos, destinados en un 70 % a la exportación y el resto al mercado nacional.

EN LAS FOTOS
ESTOY BIEN.
EN PERSONA
ESTOY
BUENÍSIMO

#otraformadeverlavida



Queso Ibore

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca las comarcas naturales de Ibore, 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 Ibore. Durante la última campaña se comercializaron en torno a 140.000 kilos de Queso Ibore.

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 ácido y algo picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están censadas más de 30.975 cabras y 54 explotaciones ganaderas, que producen 2.339.588 litros de leche al año. Las 15 queserías inscritas producen y comercializan una media anual de 332.010 kilos de Queso Majorero, que se consumen en un gran porcentaje en el mercado insular canario y el resto en el mercado peninsular y extranjero.

Queso Manchego

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción se extiende por 399 municipios de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche cruda o pasteurizada de oveja Manchega. La maduración mínima es de 30 días para quesos con peso igual o inferior a 1,5 kg. y de 60 días para el resto de formatos. La maduración máxima es de 2 años. Su peso oscila entre 0,4 y 4 kg. Puede ser semicurado o curado y también en aceite. De pasta firme y compacta, de color amarillento o pardo oscuro, el sabor es fuerte, sabroso, de buen bouquet y retrogusto. Está considerado como uno de los mejores quesos de oveja del mundo.

DATOS BÁSICOS: 700 ganaderías y más de 550.000 ovejas producen más de 80 millones de litros de leche al año; 67 queserías artesanales e industriales elaboran y comercializan anualmente cerca de 15,5 millones de kilos de queso, de los que un 60% se destina a los mercados de exportación.

Queso Palmero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en todos los municipios de la isla de San Miguel de la Palma, en la provincia de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche de cabras de la raza Palmera, alimentadas aprovechando los recursos forrajeros de la zona de producción. Los quesos pueden ser ahumados con el humo de cáscaras de almendras, tunera seca y pino canario o madurados untados con aceite, gofio y harina. El producto resultante es de forma cilíndrica, un peso entre 0,75 y 15 kilos, de corteza blanca-amarillenta o parda, de pasta brillante o marfil, de textura firme y mantecosa, sabor ligeramente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 2.616 cabezas de ganado y 17 explotaciones ganaderas que producen algo más de un millón de litros de leche al año, de los que cerca de 238.000 están destinados a la elaboración de queso protegido. Las 17 queserías artesanales inscritas comercializan una media anual de 34.000 kilos de queso con DOP, que se destinan todos al mercado nacional.

Queso Zamorano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca toda la provincia de Zamora, en la comunidad autónoma de Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche de oveja de las razas Churra y Castellana. El proceso de maduración nunca es inferior a 100 días y el peso puede alcanzar hasta 4 kilos. Puede ser curado o viejo, de pasta firme, compacta, de color variable desde el blanco hasta el amarillo marfil, con un sabor y aroma característicos, bien desarrollados, intensos y persistentes al paladar.

DATOS BÁSICOS: Están censadas 60 explotaciones ganaderas, con 39.696 ovejas, que producen 1,7 millones de litros de leche al año, y 9 queserías artesanales e industriales que comercializan una media anual de 330.000 kilos de queso, de los que el 85% se destina al mercado nacional y el resto a la exportación.

Quesucos de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 8 términos municipales de la comarca de Liébana, al oeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elaboran con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración es de 2 meses cuando se utiliza leche cruda e inferior cuando es con leche pasteurizada. El peso oscila entre los 400 y los 600 gramos y pueden elaborarse ahumados, resultando de color amarroado, con un ligero sabor y olor a humo. Sin ahumar son quesos de pasta firme y compacto y de color ligeramente amarillento.

DATOS BÁSICOS: Las 1.397 cabezas de ganado censadas (vacuno, ovino y caprino) en el Consejo Regulador y 23 explotaciones ganaderas producen 417.749 litros de leche al año. Las 6 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 44.461 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

Consejo Regulador Denominaciones de Origen Protegidas

"QUESO DE MURCIA"

Y

"QUESO DE MURCIA AL VINO"



Fresco

Murcia al Vino

Curado



Síguenos



www.quesosdemurcia.com
quesosdemurcia@quesosdemurcia.com

Queserías Certificadas Inscritas

Central Quesera Montesinos, S.I. / Tif: 968 781 261 [] Quesería Félix Cano / Tif: 968 413 702
Palancares Alimentación, S.L. / Tif 968 653 133
Quesería Villavieja, S.L. / Tif: 968 721 231 [] Alimer, S.Coop. / Tif 968 460 812
Especialidades Lácteas / Tif: 968 721 298 [] Coagacart, S.C.L. / Tif: 968 166 236

San Simón da Costa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en la comarca de Terra Chá, al norte de la provincia de Lugo, en Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche de vaca procedente de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona y sus cruces. El proceso de maduración es de 60 días y después se procede al ahumado con madera de abedul. El queso presenta una forma entre peonza y bala, su corteza es de color amarillo-ocre y algo grasienta. La pasta es de textura fina, grasa, semidura, de color entre blanco y amarillo, y suave al corte. Se comercializa en formato ordinario de 0,8 a 1,5 kilos y en formato bufón de 400 gramos a 800 gramos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registradas 11.916 cabezas de ganado, 346 explotaciones ganaderas y 10 empresas queseras, que comercializan una media anual de 480.680 kilos de queso con DOP, destinados principalmente al mercado nacional.



Roncal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de queso con Denominación de Origen Protegida se localiza en los 7 municipios que conforman el Valle del Roncal, en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Rasa. El período de maduración mínimo es de 4 meses. El queso es de formato cilíndrico, bien cortado, 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 unttable de color blanco a marfil, textura

blanda y fundente al paladar, presenta un aroma intenso y sabor desarrollado, apenas salado y ligeramente amargo, característica esta debida al uso del cuajo vegetal.

IDENTIFICACIÓN: La Torta del Casar resulta muy apreciada y, por supuesto, muy imitada. Es por ello que es fundamental destacar que los quesos certificados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar vienen rodeados por una exclusiva etiqueta de control rojo y oro, y numeradas individualmente, lo que constituye el elemento común que hace que se diferencie de cualquier otro queso de características parecidas

DATOS BÁSICOS: Actualmente el Consejo Regulador tiene inscritas 29 ganaderías con 18.900 ovejas que han producido en 2018 un total de 3.191.000 litros. Por su parte, las 7 industrias queseras certificadas produjeron 350.000 kilos que se están comercializando en tres formatos de aproximadamente 350 g, 600 g y 900 g, con un fuerte incremento de las ventas de los dos primeros. El principal mercado es nacional (96%), siendo las principales áreas comerciales Extremadura y Madrid, mientras que en el exterior es la Unión Europea el mercado principal.

CARNES



A efectos de calcular la renta agraria, el subsector de las carnes y el ganado generó en 2019 un total de 15.172,6 millones de euros expresados en valores corrientes a precios básicos, una cifra superior en un 4,5% a la del año precedente, según los datos del Ministerio de Agricultura.

De acuerdo con las mismas fuentes, el subsector cárnico-ganadero representó en 2019 el 28,8% de la Producción Final Agraria y el 77,4% de la Producción Final generada por todo el sector animal, de lo que se deduce su importancia por encima de las producciones de origen animal como la leche o los huevos.

A grandes rasgos y en conjunto, en el año 2019 se produjo un aumento en el volumen de producción (1,7%), así como también un incremento de los precios de la carne y el ganado (2,8%).

De todos los subsectores cárnicos, en 2019 aumentaron su producción en volumen las aves y el porcino, frente a un descenso en el resto de las cabañas. Sumando todas las producciones se superaron los 7,2 millones de toneladas de carne.

En la Unión Europea, por su lado, el conjunto de las producciones cárnicas generó un valor -a efectos de calcular la renta agraria- de 85.620 millones de euros en el

año 2019. Este subsector representaba el 59% de toda la Producción Ganadera final de la UE en 2019 y también el 25% de la Producción Agraria final.

En su conjunto, las exportaciones cárnicas alcanzaron en 2019 la cifra récord de 7.555 millones de euros, un 26% más que en el año anterior, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

El grueso de estas ventas se produjo a los países de la UE y el sector que más exportó con mucha diferencia fue el porcino. ■

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2017	2018	2019
AVES	1528,8	1636,8	1736,1
CAPRINO	10,70	10,9	10,2
CONEJOS	57,3	55,8	52,6
OVINO	115,2	119,6	116,6
PORCINO	4.298,8	4.530,50	4.627,17
VACUNO	643,9	669	695,9
**OTRAS CARNES	12	11	11
TOTAL	6.626	6.995,2	7.249,8

FUENTE: MAPA.

**Equino y cerdo ibérico principalmente.

PORCINO

Por su aportación económica, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2019, el sector del porcino supuso el 41,9% de la Producción Final Ganadera y el 16,2% de la Producción Final Agraria (porcentajes muy superiores a los del año anteriores).

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2019 ascendió a 8.221,8 millones de euros, 874 millones más que un año antes.

La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 1,5% (el año anterior había aumentado un 6%) y los precios subieron un 10,3% (en 2017 habían subido hasta un 6,5%), dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 11,9%, según estimaciones del MAPA.

Al igual que en los dos años anteriores, el número de explotaciones dedicadas al porcino disminuyó también en 2019 debido a la profunda reestructuración que está viendo el sector.

El grueso de estas explotaciones eran granjas de crianza intensiva de cerdos, mientras que el resto eran establecimientos de producción mixta (intensiva-extensiva) o directamente extensiva.

Por el número de explotaciones registradas, en 2019 destacaron un año más Galicia (33%), Extremadura (16%), Andalucía (14%) y Castilla y León (11%), mientras que por número de cabezas en las granjas sobresalieron Cataluña, Aragón, Castilla y León y Castilla-La Mancha.

La falta de coincidencia entre las regiones con más explotaciones y las que tienen más ganado se debe a que en las últimas priman las granjas intensivas de mayor tamaño. Al acabar 2019 el censo de porcino de producción cárnica (no incluye al cerdo ibérico) rondaba los 27,8 millones de cabezas. De este censo total, 11,4 millones eran cerdos de cebo y 7,7 millones eran lechones.

Por su parte, el número de animales sacrificados en 2019 ascendió a 52,9 millones de cabezas (0,9% más que en 2018), con una producción de algo más de 4,62 millones de toneladas de carne, un volumen superior al del año anterior en un 2,2%.

Con estas cifras, España se situó en el cuarto puesto en el ranking mundial de producción de carne de porcino, por detrás de China, Estados Unidos y Alemania.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)		
	2018	2019
ANDALUCÍA	309,5	317,4
ARAGÓN	636,1	685,6
ASTURIAS	4,8	4
BALEARES	3,6	3,5
C. VALENCIANA	123,6	122,5
CANARIAS	5,6	5,4
CASTILLA LA MANCHA	365,5	396
CASTILLA y LEÓN	635,5	648
CATALUÑA	1.884,2	1.893,8
EXTREMADURA	80,6	77,4
GALICIA	89,4	87,8
LA RIOJA	1,5	1,5
MADRID	66,4	51,6
MURCIA	322,2	328,2
NAVARRA	2,1	2
OTRAS COMUNIDADES	1	3
TOTAL	4.530,5	4.627,17

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	111.394	112.114	112.932	101.969
UE	23.876	23.673	22.920	22.753
ESPAÑA	4.181	4.298,8	4.521,60	4.627,17

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.

La producción de carne de porcino en 2019 se concentró en Cataluña (41,3%), Aragón (14,2%), Castilla y León (14%), y Castilla-La Mancha (8,1%). Por detrás de estas regiones quedaron Andalucía y Murcia, que producen cada una en torno al 7% de la producción de carne.

Respecto al comercio exterior, las exportaciones se incrementaron en 2019 de manera importante tanto en volumen como en valor y en precio unitario. Según los datos elaborados por la organización interprofesional INTERPOC, entre animales vivos, carnes, tocinos, jamones, embutidos y preparados cárnicos porcino se exportaron 2,43 millones de toneladas, un 14% más que en el año anterior.

De este volumen total, 1,5 millones de toneladas correspondieron a las carnes frescas, refrigeradas y congeladas.

NO HAY
SECRETOS
PARA
ESTAR
BIEN



bien
comer

bien
hacer



bien
estar



Más de 20 años comprometidos con
todo lo que significa disfrutar de una
alimentación saludable.



Descubre
el nuevo
bienstar



www.bienstar.elpozo.com

das, lo que supuso un aumento con respecto al año anterior del 13%.

El grueso de las ventas de carne (1,3 millones de toneladas) se produjeron al mercado comunitario y el resto a países terceros. Prácticamente el 70% del porcino que España exportó a la UE en 2019 fue carne y el resto despojos, lechones, etc. Asimismo, el país al que más se exportó fue Francia, que fue un año más el segundo destino de las exportaciones tras China y antes que Italia.

Fuera de la UE, también el grueso de las exportaciones (65%) fue carne. Los destinos de la carne de cerdo procedente de España fueron principalmente China (23%), Japón (8%) y Corea del Sur (3,6%).

Por su lado, las importaciones ascendieron a 287.030 toneladas, un 1,8% más que en el año anterior. Las carnes frescas, refrigeradas y congeladas sumaron más del 36% del total importado.

Asimismo, el valor de estas compras se elevó hasta los 582,2 millones de euros, un 11,5% más que en el año anterior.

En cuanto a los lugares de procedencia, la mayor partida (casi el 95%) procedió también de los países comunitarios. ■

PORCINO EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria aumentó considerablemente en 2019. Según datos de la Comisión Europea, la producción total de carne de cerdo alcanzó un valor de 35.897 millones de euros, un 33% más que en el año anterior.

El sector representaba en 2019 el 24,8% de toda la Producción Ganadera final de la UE, así como también el 10,5% de la Producción Agraria total (porcentajes inferiores a los de un año antes).

En cuanto a la producción de carne, el volumen producido a nivel comunitario fue mayor que el de 2018 (22,7 millones de toneladas, un 0,7% menos). Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2019 fueron Alemania (23%), España (20%), Francia (10%), Polonia (9%), Holanda (7%), Dinamarca (7%), Italia (6%), y Bélgica (5%), según datos de la Comisión.

A nivel mundial también se redujo la producción, que rondó los 120 millones de toneladas de carne. China, con

CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas. Incluidas las de cerdo ibérico.)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2018	2019
GALICIA	1.200,8	1.352,40
ASTURIAS	9	7,5
CANTABRIA	1319	1,3
PAÍS VASCO	35,7	35,8
NAVARRA	610,9	650
LA RIOJA	122,8	124,1
ARAGÓN	8.073	8.197,30
CATALUÑA	7.778	7.913
BALEARES	53	50,7
CASTILLA Y LEÓN	4.120,7	4.242
MADRID	17,7	18
CASTILLA-LA MANCHA	1.733	1.583
C-VALENCIANA	1.135	1.149
R.MURCIA	1.962	1.976,50
EXTREMADURA	1.280,6	1.243,80
ANDALUCÍA	2.624,6	2.652
CANARIAS	43,7	49,3
TOTAL ESPAÑA	30.804	31.246

FUENTE: MAPA.

el 45%, fue el país con mayor producción del mundo, seguido de la Unión Europea (20%) y de Estados Unidos (10%). Otros países con gran producción de carne de porcino son Brasil, Rusia y Vietnam, con porcentajes muy inferiores. ■

PORCINO IBÉRICO

Además del porcino de capa blanca, en España hay también una importante producción de cerdo ibérico. En 2019 el censo de ganado porcino ibérico se sitúa en unos 3,375 millones cabezas, continuando con la tendencia alcista de los últimos cinco años. El censo de porcino ibérico supuso en 2019 el 11% del total.

La producción de carne de cerdo ibérico se elevó a 623.000 toneladas en canal, un volumen superior al del año precedente.

Extremadura fue la región con mayor número de efectivos (35,2% del total), seguida de Castilla y León (29,7%), Andalucía (29,4%) y Castilla-La Mancha (5,5%).

El aumento de la producción de cerdos ibéricos, tanto en régimen extensivo como en condiciones intensivas, (ibé-

rico “de cebo”), alcanzó su máximo a finales de la década del 2000, ocasionando un exceso de oferta, que ocasionó una disminución de los precios.

La caída afectó en mayor medida a los productos de mayor calidad (como por ejemplo “ibérico de bellota”). En

años posteriores, la recuperación de la dimensión de la producción ha favorecido la recuperación de los precios de los animales ibéricos.

La calidad de los jamones y embutidos españoles ha sido reconocida en los mercados exteriores. ■

VACUNO

En España, el subsector del vacuno de carne es el segundo dentro del sector ganadero en importancia económica, por detrás del porcino, y por delante del lácteo y el avícola.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España disminuyó en 2019 un 1,1%, tras cuatro años de subidas continuadas.

Asimismo, los precios bajaron un 2,1%, con lo que el valor generado por este subsector disminuyó también hasta llegar a 3.009,7 millones de euros, expresados en valores corrientes (en 2018 la cifra fue 3.110 millones de euros).

El sector de vacuno de carne español representaba en 2019 el 15,3% de la Producción Final Ganadera y el 5,9% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos muy inferiores a los del año pasado.

En 2019, el censo se elevó a 6,7 millones de cabezas (similar al año anterior), de las que menos de 835.324 eran vacas lecheras.

La cabaña bovina de carne por regiones estaba liderada por Castilla y León (23,7%), seguido Extremadura (15,3%), Galicia (10,3%), y Cataluña (9,7%).

Por su lado, en 2019 la producción de carne de vacuno en España aumentó por quinto año consecutivo. Así, la producción ascendió a 695.939 toneladas, un 4% más que en el año anterior.

Cataluña aportó el 21% de la producción de carne; Castilla y León el 16% y Galicia el 14%. No obstante, las regiones que más aumentaron su producción en 2019 con respecto al año anterior fueron Navarra (33%) y Madrid (11%).

Al acabar el año había 144.510 explotaciones ganaderas bovinas censadas en España, de las que 87.274 estaban destinadas a la producción de leche y el resto a carne, producción mixta (leche y carne) y a cebaderos de animales.

CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas vacas lecheras)		
CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2018	2019
GALICIA	934,8	934
ASTURIAS	391	397
CANTABRIA	271,7	277,2
PAÍS VASCO	134,6	136,1
NAVARRA	122,6	120,1
LA RIOJA	45,4	41,6
ARAGÓN	384,3	403,8
CATALUÑA	664,8	637,5
BALEARES	27,2	27
CASTILLA Y LEÓN	1.422,70	1.463,5
MADRID	101,2	93
CASTILLA-LA MANCHA	470,1	479,8
C-VALENCIANA	58,5	58
R.MURCIA	85	80,7
EXTREMADURA	842,3	888,2
ANDALUCÍA	533,3	542,8
CANARIAS	20	20
TOTAL ESPAÑA	6.510,6	6.600,30

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	60.651	62.193	60.690	61.675
UE	7.800,7	7.802,8	7.931,7	7.844
ESPAÑA	637	643,9	669	695,9

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.

El sector de vacuno español de carne está integrado por dos grandes subsectores: el de las vacas madres y el sector del cebo. A diferencia de la Europa del norte, donde son frecuentes las explotaciones de ciclo cerrado, en España, las dos fases se dan en explotaciones diferentes

y de localizaciones geográficas normalmente alejadas. La etapa o fase más cara y delicada es el de la vaca de cría o vaca nodriza como normalmente se denomina a las hembras reproductoras en el argot comunitario, que adquieren este nombre por el hecho de amamantar a los terneros que paren, sin someterse en ningún momento al ordeño.

El objetivo de producción de este sector de las vacas nodrizas es suministrar terneros para la producción de carne. En este grupo de vacas destacan las razas autóctonas españolas (avileña-negra ibérica, asturiana de los valles y asturiana de la montaña, morucha, retinta y rubia gallega) aunque también existen razas importadas como la charolesa y limusine y los cruces de éstas con las razas autóctonas.

Las vacas nodrizas se encuentran fundamentalmente en Castilla y León, Extremadura y Andalucía, seguidas por Galicia, Asturias y Cantabria. La producción se localiza en tres zonas: Dehesas del oeste y suroeste, Galicia y áreas de Montaña (Cantábrico, Pirineos, Sistema Central y Sistema Ibérico).

Salvo en la zona de dehesa, las explotaciones suelen contar con un número bajo de animales (15-16 de media). En todos los casos, alimentan el ganado con los recursos propios de la explotación y complementan con paja y sus propios forrajes conservados y algo de concentrado, en determinados meses del año en los que los recursos pastables se han agotado.

Las explotaciones de cebo, en cambio, son totalmente intensivas y salvo en zonas concretas como pueda ser Galicia, no cuentan con superficies forrajeras para hacer esta fase y la alimentación se realiza con piensos compuestos en los que los cereales son mayoritarios.

Los grandes cebaderos se ubican en zonas próximas a concentraciones de población como Madrid o Barcelona, de ahí que destaquen zonas puntuales de gran producción como Lérida, Toledo o Segovia. ■

COMERCIO Y PRECIOS

En 2019 el valor de las importaciones (carne fresca, congelada y el resto de los productos derivados) se elevó a 125.932 toneladas (1% más) por un valor de 661,5 millones de euros (un 2% menos que en 2018).

Respecto a las exportaciones de carne (todo incluido), aumentaron un 17,5% en volumen hasta las 191.295 to-

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC AA	2018	2019
ANDALUCÍA	26,2	26,9
ARAGÓN	35,7	36,9
ASTURIAS	15,4	16,1
BALEARES	2,1	2
C. VALENCIANA	66,3	65
CANARIAS	2,9	2,8
CANTABRIA	10,3	10,2
CASTILLA LA MANCHA	53,3	55
CASTILLA y LEÓN	111,3	114,2
CATALUÑA	133,9	149,3
EXTREMADURA	36	33,2
GALICIA	95,4	96,7
LA RIOJA	3,9	4,1
MADRID	33,8	37,5
MURCIA	24,2	26,3
NAVARRA	5,4	7,3
PAÍS VASCO	12,6	12,2
TOTAL	669	695,9

FUENTE: MAPA.

neladas, por un valor de 740,6 millones de euros (12% más).

Asimismo, se importaron animales vivos con un peso de 87.628 toneladas (1% más) y se exportaron animales con un peso de 116.690 toneladas (9% menos). Todas las importaciones de animales procedieron de la UE, pero se exportaron animales tanto a los países comunitarios, como a otros terceros.

Dentro de la UE, los países que más carne vendieron a España fueron Polonia (20,9% del total) y Países Bajos (16,9%). Por su lado, los que más carne compraron fueron Portugal (38%) e Italia (13,9%). ■

VACUNO EN LA UE Y EN EL MUNDO

El sector del vacuno de carne español aporta el 9% del total comunitario, a la hora de calcular la renta agraria anual.

En la Unión Europea, la aportación del sector del vacuno de carne a la renta agraria es superior a la de España. Este sector generó en 2019 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 32.071 millones de euros, un 36% menos que en el año anterior. De esta cifra, Francia aportó

el 23%; el Reino Unido el 13% y Alemania el 11%, según datos de la Comisión Europea.

La aportación del sector bovino supuso el 17,5% de la Producción Final Ganadera y también el 9% de la Producción Final Agraria de la UE.

El censo de vacuno en la UE empezó a crecer en 2011 tras varios años de continuadas caídas. Tocó techo en 2017 y desde ese año no ha dejado de bajar. En 2019, el censo cayó un 1% hasta 86,5 millones de cabezas, la cifra más baja de la última década en la Unión Europea.

La cabaña comunitaria está liderada por Francia (21% del total en 2019), a pesar de que redujo su censo un 2,5%. El segundo país por número de cabezas de bovino es Alemania (13,4%, tras una caída del 2,6%), seguido de Reino Unido (10,9%) y España, que en 2019 pasó a ocupar la cuarta posición por delante de Irlanda.

La producción de carne de vacuno en la UE se elevó en 2019 a 7.844 millones de toneladas, un 1% menos que en 2018. A esa producción, Francia el 18,2%, Alemania el 14,4% y Reino Unido el 11,7% e Italia (19,9%). España ocupó el quinto lugar en el ranking comunitario, aportando el 8,9% del total en 2019.

Con respecto a la balanza comercial, la UE importó en 2019 por encima de las 208.910 toneladas, entre carne,

animales vivos y despojos, e exportó unas 836.918 toneladas. Con respecto al año precedente, aumentaron tanto las compras como las ventas, pero menos éstas últimas. Los Países Bajos fueron los que más importaron (40,8% del total), seguidos de Italia, Alemania y España.

Sin embargo, España volvió a ser el país que más exportó en 2019 (16,1% del total), seguido de Francia (10,5%) e Irlanda (10,4%). Esas exportaciones tuvieron como destinos principales Argelia, Líbano y Hong-Kong.

Por su lado, los países que más vacuno de carne vendieron a la UE en 2019 fueron Brasil, Argentina y Uruguay. Por su parte, la exportación mundial de carne de vacuno (fresca y congelada) en 2019 rondó los 10 millones de toneladas y las importaciones los 10,8 millones de toneladas.

China fue el país que más carne importó a nivel mundial (15%), seguido de Estados Unidos, mientras que los países que más exportaron fueron Australia (15% del total), Estados Unidos (13%) y Brasil (12%).

A nivel mundial, la producción de carne de vacuno en 2019 aumentó ligeramente hasta alcanzar cerca de 61,7 millones de toneladas, según estimaciones del Departamento de Agricultura del Gobierno de Estados Unidos (USDA). ■

OVINO Y CAPRINO

El sector de la producción de carne de ovino y de caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganadero, leche y huevos incluidos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino descendió en volumen un 0,4%, mientras que sus precios bajaron un 1,9%. Con todo ello, el valor generado por este subsector decreció un 2,3% con respecto al año precedente.

El sector ovino-caprino representaba en 2019 el 2,3% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,55% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos similares a los que representó en el año 2018 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.174 millones de euros, 27 millones de euros menos que en el año 2018, en el que aumentó el valor generado por este subsector.

La cabaña total de ovino volvió a descender en 2019 hasta las 13,2 millones de cabezas, sin contar con los animales destinados a la producción de leche.

Por su censo de ovino destinado a la producción de carne destacaron en 2019 regiones como Extremadura (26,8% del total), Andalucía (16%), Castilla y León (13,2%) y Aragón (12,4%).

Asimismo, la producción de carne de ovino rondó las 116.632 toneladas, un volumen inferior en unas 2.000 toneladas al del año precedente. ■

SUBSECTOR CAPRINO DE CARNE

Respecto al subsector caprino para carne, el censo continuó bajando en 2019 hasta llegar a 1,5 millones de animales.

En el censo de caprino para carne destacó Andalucía (47,7% del total), seguida de Castilla-La Mancha (125,2%), Extremadura (10,7%) y Canarias (8,7%).

En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente, en 2019 se registró un ligero retroceso y quedó en 10.175 toneladas (unas 725 menos).

El consumo de carne de ovino-caprino en España ha ido disminuyendo de año en año desde principios de siglo. En 2019, el consumo per cápita de carne de ovino/capriño en los hogares españoles rondaba los 1,33 kilogramos, según datos del Panel de Consumo del MAPA.

La demanda nacional de cordero se centra en animales de edad inferior a 4 meses, que se consumen mayoritariamente en el centro del país. En cuanto al caprino, el consumo se concentra principalmente en las regiones este y sureste del país. ■

COMERCIO OVINO-CAPRINO EN ESPAÑA

La balanza comercial en el sector del ovino-caprino tuvo un saldo muy positivo en 2019, como es habitual.

Las exportaciones de carne y despojos comerciales de ovino y caprino se elevó a 46.283 toneladas, un 8% más que en el año anterior, en el que también se incrementó la exportación en un porcentaje importante.

De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales.

En cuanto a las importaciones, el volumen total (carne y despojos) ascendieron a 8.031 toneladas, un 8% menos que en 2018. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de los países de la UE.

Al margen del comercio de carne, también hay en el sector ovino-caprino intercambios de animales vivos. Los animales exportados sumaron 59.908 toneladas, un 31% más que un año antes.

En cuanto a las importaciones de animales vivos, su peso rondó las 4.707 toneladas, un 8% más que en el año anterior. ■

OVINO-CAPRINO EN LA UE

El valor generado por el sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea durante 2019, a

CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas ovejas lecheras)		
CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2018	2019
GALICIA	204	190,1
ASTURIAS	69,1	59
CANTABRIA	46,4	41,2
PAÍS VASCO	229,8	219
NAVARRA	480,2	475,3
LA RIOJA	111,87	107,6
ARAGÓN	1670,8	1.653,90
CATALUÑA	524,3	504,5
BALEARES	285,7	284,8
CASTILLA Y LEÓN	2900,8	2.689,40
MADRID	108,9	105,5
CASTILLA-LA MANCHA	2.382,40	2.340,40
C-VALENCIANA	288,2	283,8
R.MURCIA	619,8	607,8
EXTREMADURA	3673,2	3.690,20
ANDALUCÍA	2.209	2.182,80
CANARIAS	48,3	43
TOTAL ESPAÑA	15.852,50	15.478,60

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	9.311	9.470	9.400	9.300
UE	714	625	528	487
ESPAÑA	117,1	115,2	118,6	116,6

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.



CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(Miles de cabezas)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2018	2019
GALICIA	50,5	46,5
ASTURIAS	45,2	39,7
CANTABRIA	23,5	21,8
PAÍS VASCO	26,7	26
NAVARRA	13	13
LA RIOJA	12,7	12,6
ARAGÓN	55	53,5
CATALUÑA	74,8	76,6
BALEARES	14,1	13,8
CASTILLA Y LEÓN	151,7	145,7
MADRID	36,4	39,2
CASTILLA-LA MANCHA	435,48	410,16
C-VALENCIANA	78,7	79,3
R.MURCIA	221,8	217,3
EXTREMADURA	284,4	267
ANDALUCÍA	1029,6	991,8
CANARIAS	210,8	205
TOTAL ESPAÑA	2764,8	2.659,10

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2016	2017	2018	2019
MUNDO	5.622	5.750	5.700	5.600
UE	44	56,3	57,2	53
ESPAÑA	9,9	10,70	10,9	10,1

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.

efectos de calcular la renta agraria, ascendió a cerca de 3.621 millones de euros.

Este subsector representó el 2,5% de la Producción Ganadera final y también el 1% de la Producción Agraria final, porcentajes en ambos casos muy inferiores a los del año anterior.

El censo total (ovino-caprino) de la UE en 2019 se elevó a 94,2 millones de cabezas, de las que 82,5 millones eran ovejas y 11,7 millones cabras. Con respecto al año anterior, se produjo una caída del 2,3% en el caso del ovino y del 1,1% en el caso del caprino.

La primera potencia comunitaria en censo de ovino es Reino Unido con cerca del 31% del total de animales sacrificados, seguido de España (17%) y Rumania (14%). Por su lado,

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(Miles de toneladas)

CC AA	2018	2019
ANDALUCÍA	4	3,7
ARAGÓN	0,21	0,2
ASTURIAS	0,03	0,02
BALEARES	0,03	0,04
C. VALENCIANA	0,24	0,2
CANARIAS	1,93	1,9
CASTILLA LA MANCHA	1,1	1,1
CASTILLA y LEÓN	0,89	0,8
CATALUÑA	0,55	0,55
EXTREMADURA	0,17	0,17
GALICIA	0,05	0,04
LA RIOJA	0,12	0,12
MADRID	0,26	0,15
MURCIA	1,37	1,1
NAVARRA	0,03	0,03
OTRAS COMUNIDADES	0,01	0,01
TOTAL	10,9	10,2

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(Miles de toneladas)

CC AA	2018	2019
ANDALUCÍA	6,8	7,4
ARAGÓN	12,8	13,2
BALEARES	1,6	1,5
C. VALENCIANA	9,6	7,8
CANARIAS	0,13	0,1
CASTILLA LA MANCHA	17,1	16
CASTILLA y LEÓN	29,5	27,6
CATALUÑA	17,6	16,6
EXTREMADURA	3,5	3,3
GALICIA	0,32	0,3
LA RIOJA	3,59	3,8
MADRID	1,2	1,3
MURCIA	11,7	13,4
NAVARRA	3,34	3,1
PAÍS VASCO	0,45	0,4
OTRAS COMUNIDADES	0,4	0,8
TOTAL	119,6	116,6

FUENTE: MAPA.

en censo de caprino destacó en 2019 Grecia (33%), seguida de España (20%) y de Rumania (19%). Según estos datos de la Comisión Europea, Rumanía ha aumentado su censo en ambas cabañas, mientras que España lo ha reducido.

Desde hace más de una década la producción de carne de ovino y caprino en la UE ha ido perdiendo peso, a pesar de la incorporación de grandes países productores como Rumanía y Bulgaria.

En todo caso, en 2019 la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó las 540.000 toneladas, según estimaciones de la Comisión Europea, lo que supuso un descenso del 7% con respecto al año precedente. En este dato no está incluida la producción del Reino Unido, una de las más importantes dentro de este sector.

De la producción total, correspondió a la carne de ovino 487.000 toneladas (41.000 menos que en el año anterior) y el resto al caprino.

El consumo aparente se estimó, según la Comisión, por encima del millón de toneladas, lo que supone que la UE tiene que comprar carne en el exterior. En este sentido, la UE es claramente deficitaria en carne de ovino-caprino, que importa principalmente desde Australia y Nueva Zelanda.

En 2019 se importaron 168.000 toneladas de carne y productos derivados del ovino y del caprino, un volumen inferior a las 178.000 toneladas del año anterior. En estos datos no están incluidas las compras del Reino Unido.

En los últimos años, la UE también está exportando animales vivos a países de Oriente Medio y de África. ■

CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2019 el 4,93% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,75% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, porcentajes por debajo de los del año 2018.

Al igual que sucedió un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2019 aumentó (7,1%), al tiempo que los precios bajaron (un 9,9%). Con estos datos, el valor generado por el sector



PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)		
CC.AA.	2018	2019
ANDALUCÍA	375,9	463,2
ARAGÓN	2,16	1,7
BALEARES	0,2	0,2
C. VALENCIANA	177,6	215
CANARIAS	12,6	12,5
CASTILLA LA MANCHA	55,4	61,3
CASTILLA y LEÓN	121,3	131,3
CATALUÑA	390,3	336,8
EXTREMADURA	78,2	76,2
GALICIA	213,9	226,6
MADRID	54,4	55,2
MURCIA	29,7	30
NAVARRA	93,5	94
OTRAS COMUNIDADES	32,3	32
TOTAL	1636,8	1736,1

avícola de carne en 2019 se redujo un 3,5% y se situó en 2.498,8 millones de euros, según datos del MAPA.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,73 millones de toneladas, un 6,7% más que en 2018. Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,46 millones de toneladas, por debajo del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo. Por regiones, la mayor producción de carne de aves se concentró en Cataluña (24%), seguida de Andalucía (19%), Galicia (13%) y Comunidad Valenciana (12%).

En España había al acabar 2019 un total de 19.633 explotaciones avícolas (un 2,95% más que en 2018), de las que 7.116 eran granjas de pollos, el 36% del total y un 4% menos con respecto al año precedente.

El resto de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas, ocas, entre otras aves.

Estos datos dan una idea clara de la importancia que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español.

Por regiones, el mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encontraban en Cataluña, Castilla y León, Andalucía, Aragón Galicia y Comunidad Valenciana.

Con respecto al comercio exterior, en 2019 se importaron 227.321 toneladas en total (Unión Europea y el resto de países terceros), lo que supuso un retroceso del 2,8% respecto al año precedente. El grueso de estas importaciones (205.097 toneladas) correspondieron a las entradas desde la UE. Por su parte, se exportaron 263.937 toneladas, un 1,4% menos que un año antes. La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea. ■

PRODUCCIÓN DE POLLO EN LA UE

En la UE, la producción de carne de pollo representó en 2019 el 83% de toda la carne de aves. Seis países sumaron más del 70% de toda la producción de carne de aves, que rondó los 15,8 millones de toneladas. De este volumen, correspondieron a los pollos 12,4 millones de toneladas, unas 200.000 más que en la campaña 2018. Polonia aportó el 17% de la producción; Reino Unido el 13%; Francia el 11%; España el 11%; Alemania el 10% e Italia el 9%.

El consumo estimado de carne de aves en la UE ascendió a 14,8 millones de toneladas, un 2,4% más que en el año anterior.

A efectos de calcular la renta agraria de la UE, la Comisión Europea publicó que el valor generado por la producción de carne de aves se elevó de manera considerable respecto al año precedente, hasta alcanzar 17.740 millones de euros. El sector aportó en 2019 el 12,2% de la Producción Ganadera final, así como también el 5,2% de la Producción Agraria final.

Las exportaciones de carne de ave de la UE (sin incluir las de Reino Unido) totalizaron los 2,6 millones de toneladas frente a los 2,5 millones del año precedente. Entre los países que recibieron la carne de aves de la UE destacaron Filipinas, Hong Kong, Ghana y Ucrania.

PRODUCCIONES DE CARNE DE AVES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	107.143	108.045	108.500	112.000
UE	14.495	14.557	15.252	15.628
ESPAÑA	1.524	1454,0	1637	1736

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.

PRODUCCIONES DE CARNE DE POLLO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	92.252	92.726	94.515	99.039
UE	11.663	12.464	12.260	12.460
ESPAÑA	1.269,5	1.260,0	1.346	1.426

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.

Por su lado, las importaciones comunitarias se elevaron a 935.000 toneladas en 2019, 31.000 más que un año antes, pero muy por debajo del nivel que había en 2016. Los países que más carne de aves vendieron a la UE fueron Brasil y Tailandia. ■

PAVO Y OTRAS PRODUCCIONES AVÍCOLAS

En España hay también pequeñas producciones avícolas, que tienen su nicho de mercado.

En concreto, existen numerosas explotaciones dedicadas a la cría de pavos, patos, perdices, codornices, palomas, pintadas, etc. A nivel nacional, el mayor número de granjas por detrás de las de pollos, correspondió a la perdiz, que se cría especialmente para ser destinada a los cotos de caza.

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las aves es la de pavo. En los últimos años se ha disparado en España la instalación de granja para la cría de estas aves, para satisfacer la creciente demanda de carne.

En 2019, la producción nacional de carne de pavo se elevó a 236.000 toneladas, el mayor volumen de producción de la última década y también un 1,2% más que lo producido en 2018, lo que da idea del auge que ha adquirido en los últimos años

Una década antes, en 2009, sólo se producían en España 132.000 toneladas, según datos del MAPA.

A nivel de la UE, la carne de pavo tiene más importancia dentro de la ganadería. En 2019, según datos de la Comisión Europea, un 13% de la producción de carne de aves comunitaria era pavo y un 3% pato. En total, la producción comunitaria de carne de pavo superó en 2019 los 2,1 millones de toneladas.

El país con mayor producción de carne de pavo de la UE fue Alemania, seguido de Francia y de Italia.

A nivel mundial la producción de carne de pavo ronda los 6 millones de toneladas y el país que más produce es Estados Unidos, con cerca de 2,8 millones de toneladas. Le siguen la UE, Brasil (con cerca de 600.000 toneladas) y Canadá (que no llega a las 200.000 toneladas).

Además de las granjas de pavos, y aunque es muy reducida su presencia, existen también explotaciones de cría de avestruces dedicadas tanto a la producción de huevos como de carne.

La producción anual de carne de avestruz no llega a 1.000 toneladas y los elevados precios de mercado de este producto imposibilitan su expansión. ■

AVES EN EL MUNDO

Respecto a la producción mundial de carne de aves en 2019 se superó los 112 millones de toneladas, según estimaciones.

El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2019 a 99 millo-

nes de toneladas frente a los 94,5 millones de toneladas del año anterior, de acuerdo con la estimación de la oficina de agricultura de Estados Unidos (USDA).

Según el USDA, el país que más carne de pollo produjo en 2019 fue Estados Unidos, casi 20 millones de toneladas (el 20,1% del total mundial). Le siguió China, con 13,7 millones de toneladas; Brasil con 13,6 millones de toneladas y la Unión Europea.

A muy larga distancia, otros países como India, Rusia, México, Tailandia Argentina y Turquía.

El USDA estimó también que el consumo mundial de carne de pollo rondaría en 2019 los 97 millones de toneladas, un volumen superior al del año anterior. En este caso, el país con un mayor consumo fue Estados Unidos. ■



CARNE DE CONEJO

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne se redujo en 2019 en cantidad un 5,8%, mientras los precios subieron un 8,5% (en los dos años previos la evolución fue similar: precios al alza y producción a la baja). Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2019 el 0,4% y con respecto a la Producción Animal, el 0,97% (en ambos casos, por debajo de las cifras del año 2018).

El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 190,6 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos), por encima de los 186,5 millones del año 2018.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC.AA.	2018	2019
ARAGÓN	3,12	2,5
C. VALENCIANA	3,34	3,5
CANARIAS	0,17	0,15
CASTILLA LA MANCHA	4,15	3,8
CASTILLA y LEÓN	11,29	11
CATALUÑA	13,2	12,2
GALICIA	11,42	11
MURCIA	0,53	0,33
OTRAS COMUNIDADES	8	8
TOTAL	55,8	52,6

FUENTE: MAPA.

La producción de carne estimada fue 53.022 toneladas (un 6,6% por debajo de los datos del año precedente). La región con mayor producción fue Cataluña (24,8%), seguida muy de cerca por Galicia (21,6%), Castilla y León (21,3%) y Castilla-La Mancha (7,8%).

El número de granjas al acabar el año rondaba las 3.833, de las cuales solo unas 2.000 tenían carácter plenamente productivo. De la cifra total, el 29% estaban en Cataluña; el 17% en Andalucía y el 13,3% en Castilla-La Mancha. Asimismo, el censo español de 2019 (cabezas con estado de alta) rondaba los 5,73 millones de animales, muy similar al del año anterior. Cataluña contaba con el 24% de esos animales y Castilla y León con el 23%.

Por lo que respecta al consumo de carne de conejo, en España lleva muchos años estancado, a pesar de las campañas de promoción que se han puesto en marcha tanto desde la Administración como desde el sector. En 2019, el consumo en los hogares españoles estaba en torno a 0,91 kilos por habitante y año.

El balance comercial del sector de la carne siguió teniendo un saldo positivo en 2019 pues las exportaciones superaron a las importaciones con creces. Así, en 2019 se importaron 2.082 toneladas de carne (570 toneladas más que un año antes), mientras que también se exportaron 5.463 toneladas de carne, 90 toneladas más que un año antes.

Prácticamente el 98% de las ventas y de la compras de carne de conejo se hacen con los países la Unión Europea. Portugal es el principal destino de nuestras exportaciones (de animales vivos y de carne), así como también el principal proveedor de carne (61% del total importado y 43% del total exportado en 2019).

CARNE DE EQUINO

En España hay también otras producciones ganaderas minoritarias que tienen cada vez más aceptación entre los consumidores. Una de ellas es la carne de equino, cuya producción se disparó en los primeros años de la crisis económica. En los últimos años, la producción no ha dejado de caer, alentada por la menor demanda. Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino se redujo en cantidad en 2019 un 2,5%, mientras

PRODUCCIONES DE CARNE DE CONEJO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	1.428	1.356	1.300	1.250
UE	216	210	197	190
ESPAÑA	59,7	57,3	55,8	52,66

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat.

Además de comercio de la carne existen también intercambios de animales vivos. Como en el caso de la carne, las exportaciones son muy superiores a las importaciones.

Por otro lado, en la UE la producción se acercó a las 190.000 toneladas, frente a las 197.000 toneladas que se produjeron en 2018. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE y aportó en 2019 el 35%. Por detrás se situaron España (25%) e Italia (23%).

En otros países como Portugal o la República Checa las producciones son muy minoritarias y hay incluso dentro de la UE estados que no tienen producción

El sector de la producción de carne de conejo en la UE representó en 2019 el 1,5% de la Producción Ganadera final, así como también el 0,6% de la Producción Agraria final. El valor generado por este subsector se estimó en 2.132 millones de euros en 2019, cifra por debajo del valor de 2018.

A nivel mundial, la producción de carne de conejo superó en 2019 los 1,2 millones de toneladas, un 4% menos que en el año anterior, según estimaciones. ■

los precios subieron un 3,1% (en el año anterior bajaron). El valor generado por este subsector aumentó un 0,5% con respecto a un año antes, hasta llegar a alcanzar un valor de 77,7 millones de euros (valores a precios básicos), según el MAPA.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2019 el 0,13% (igual que otros años) y con respecto a la Producción Animal, el 0,2%. Cada año, la aportación de este subsector a la Producción Final

Agraria es menor, al contrario que en la Unión Europea.

Al empezar el año 2019 había en España unas 188.298 explotaciones equinas (caballos y mulos, para reproducción, cría, etc.), cifra superior a la del año anterior. Casi la mitad de estas explotaciones estaban en Andalucía y Galicia fue la segunda región en este ranking. De esta cifra total de explotaciones, sólo el 10% eran explotaciones dedicadas a la producción de carne y un 7% eran explotaciones mixtas. En 2019 se sacrificaron menos de 38.200 animales (un 0,1% menos que en 2018) y la producción de carne se situó en cerca de 9.823 toneladas, un 4% menos que la producción del año precedente.

La región con mayor producción de carne de equino en 2017 fue Navarra, con algo más del 25% del total nacional. En cuanto al comercio exterior, en 2019 se importaron 302 toneladas de carne y despojos de animales de la especie caballar (un 23% menos que en el año anterior) y se exportaron 7.073 toneladas (10% más), según los datos de la Dirección General de Comercio.

Además de la carne, también se importaron animales vivos de esta especie equina. Según datos de Comercio, las exportaciones sumaron 1.407 toneladas (un 29% menos) y las importaciones 2.491 toneladas (4% más).

Tanto en lo que respecta a las importaciones, como en las exportaciones, la mayor parte de los intercambios se

PRODUCCIÓN DE CARNE DE EQUINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC.AA.	2018	2019
ANDALUCÍA	0,14	0,14
ARAGÓN	1,9	1,9
C. VALENCIANA	1,45	1,45
ASTURIAS	0,42	0,42
CANTABRIA	0,23	0,23
CASTILLA y LEÓN	1,47	1,47
CATALUÑA	1,06	1,06
LA RIOJA	0,11	0,11
NAVARRA	3,2	3,2
OTRAS COMUNIDADES	0,1	0,1
TOTAL	10,2	10

FUENTE: MAPA.

realizaron con países de la UE, entre los que destacaron Portugal, Alemania y Francia.

La carne de equino en la Unión Europea generó en 2019 un valor de 882 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria anual. Este valor fue inferior al del año anterior, según los datos de la Comisión.

Respecto al valor de la Producción Ganadera final, el sector de equino representó el 0,6%, mientras que con relación a la Producción Agraria final, su porcentaje fue del 0,2%. ■

PRODUCCIÓN DE CARACOLES

A pesar de que e sí misma no se considera una producción cárnica, la producción de caracoles va ganando peso de año en año.

Aunque no existen datos precisos de producción, el consumo de caracoles es muy tradicional en ciertas zonas de España.

Según varios estudios de mercado, el consumo de caracoles en España ronda los 400 gramos por persona, lo que supondría unos 16 millones de kilogramos anuales. La región donde más caracoles se consumen es Cataluña, con Lleida a la cabeza, donde este producto es una de sus referencias gastronómicas.

De la producción total de caracoles, sólo en torno a un 5% del total comercializado procede de granjas de

crianza, que cada vez son más numerosas. Esta producción está muy concentrada en las regiones en las que hay más consumo: Cataluña, Galicia y Aragón.

A este respecto, en España hay más de cien explotaciones helicícolas (dedicadas a la cría de caracol) en estado de alta.

En cuanto al comercio exterior, en el año 2019 se importaron 11.551 toneladas de caracoles (un 13,8% menos que en el año anterior) y se exportaron sólo 59 toneladas. Además, también se compraron en el exterior otras 208 toneladas de caracoles en conserva (63 toneladas más que un año antes) y se vendieron sólo 4,5 toneladas, según datos de Aduanas. ■

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

La industria cárnica española ocupa la cuarta posición dentro de todo el sector industrial, por detrás de las industrias de automóviles, el petróleo y los combustibles, y la producción y distribución de energía eléctrica, según datos de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE).

El sector está formado por mataderos, salas de despiece e industrias de elaborados y cuenta con cerca de 3.000 empresas, distribuidas por toda la geografía nacional, especialmente en zonas rurales.

El grueso de estas empresas es de pequeño y mediano tamaño, pero eso no ha impedido la creación y consolidación de grandes grupos empresariales, que en algunos casos son líderes a escala europea.

La facturación de estas empresas de manera conjunta permite que la industria cárnica ocupe, con mucha diferencia, el primer lugar dentro del grupo de industrias de alimentación y bebidas.

La facturación de todo este sector, según datos de AICE, ronda los 26.882 millones de euros, lo que supone el 22,6% de todo el sector alimentario español. Asimismo, representa el 2,24% del PIB total español (a precios de mercado), el 15,6% del PIB de la rama industrial y el 4,2% de la facturación total de toda la industria española.

Entre todas las empresas del sector generan unos 97.076 puestos de trabajo, el 23,8% de la ocupación total de la industria alimentaria española. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Durante 2019, la industria cárnica española siguió creciendo. La principal empresa del sector contaba en 2019 con una plantilla de 7.840 trabajadores y una facturación anual de casi 2.143 millones de euros, un 4% más que un año antes. Sus producciones van desde la carne de porcino a los elaborados cárnicos, pasando por el jamón serrano o los platos preparados.

La segunda empresa o grupo del sector registró una facturación de 2.038 millones de euros; la tercera de 1.920 millones de euros; la cuarta de 1.860 millones de euros y la quinta de 1.278 millones de euros. En el ranking de las 10 primeras

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CÁRNICOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Campofrío Food Group, S.A. - Grupo *	2.143,3
Vall Companys Grupo (*)	2.038
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (Bonàrea) (*)	1.920
Grupo Fuertes (*)	1.860
Elpozo Alimentación, S.A.	1.278,8
Cárnico Cinco Villas	441
Patel S.A	348
Procavi S.L	308
Cárnicas Frivall. S.L	230,3
Frimanxa Industrias Cárnicas S.A.	104,9

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA Y CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. *	1.920
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	800
Uve, S.A. - Grupo UVESA*	445,01
Procavi, S.L.	308
Grupo Sada P.A., S.A. - Grupo *	307
Grupo Padesa - Grupo (*)	290
Avinatur Producciones Avícolas, S.L.	217,56
AN Avícola Melida, S.L.	201,02
Grupo de Gestión Empresarial Avícola VMR, S.L.	99,98
Avícola de Lleida, S.A.	80,20
Hermi Gestion, S-L-Grupo Hermi	65,10

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.



empresas del sector, las otras cinco entidades tuvieron facturaciones entre los 100 y los 440 millones de euros.

En el sector cárnico, la penetración de capitales internacionales no resulta, hasta ahora, muy significativa en este sector. ■

COMERCIO EXTERIOR

La industria cárnica española ha pasado en tres décadas de casi no hacer ventas exteriores, a convertirse en el primer sector exportador de la industria agroalimentaria española y en una potencia en el mercado mundial de productos cárnicos. La demanda interna no puede absorber la producción, por lo que el comercio exterior constituye una estrategia de supervivencia para los principales operadores.

Durante el último ejercicio 2019 el sector batió todos los récords de exportación, pues las empresas vendieron 2,71 millones de toneladas de carnes, despojos y productos elaborados de todo tipo, cuyo valor llegó hasta los 7.555 millones de euros, cifra muy superior a la del año precedente.

La principal fortaleza de este comercio exterior se encuentra en el sector porcino, pues España es el tercer exportador mundial de carne y elaborados.

El sector tiene como restos importantes seguir incrementando de forma decidida las ventas exteriores a mercados extracomunitarios, así como también impulsar las exportaciones de productos de valor añadido, los que nos diferencian de nuestros competidores en los mercados internacionales. ■

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 2.086,8 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 14.315,4 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 45,2 kilos de consumo y 310,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la carne fresca (32,8 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (12,4 kilos per cápita) y al cerdo (9,6 kilos por persona). En términos de gasto, la carne fresca concentra el

65,1% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (58,9 euros per cápita) y de pollo (53,6 euros).

La carne transformada (11,4 kilos y 103,3 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2019, mientras que la demanda de carne congelada (1,1 kilos y 4,8 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor. ■

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2019

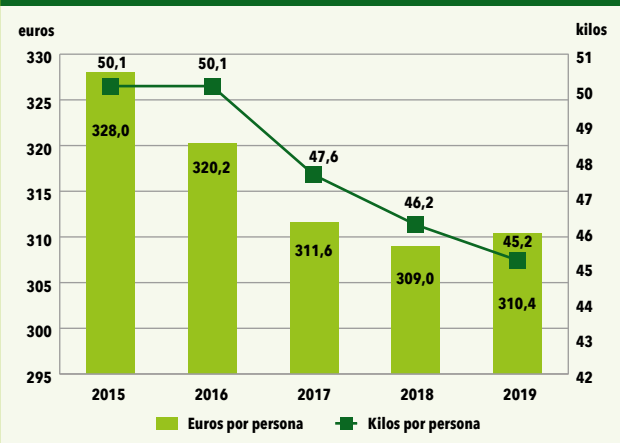
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CARNE	2.086,8	45,2	14.315,4	310,4
CARNE CERTIFICADA	337,0	7,3	2.779,8	60,3
CARNE FRESCA	1.511,4	32,8	9.326,9	202,2
CARNE VACUNO	223,8	4,9	2.165,4	46,9
CARNE POLLO	570,7	12,4	2.470,9	53,6
CARNE CONEJO	41,8	0,9	273,3	5,9
CARNE OVINO / CAPRINO	61,5	1,3	679,4	14,7
CARNE CERDO	444,5	9,6	2.717,7	58,9
CARNE DESPOJOS	40,8	0,9	202,8	4,4
OTRAS CARNES FRESCA	128,3	2,8	817,4	17,7
CARNE CONGELADA	49,0	1,1	222,5	4,8
CARNE TRANSFORMADA	526,4	11,4	4.766,0	103,3

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

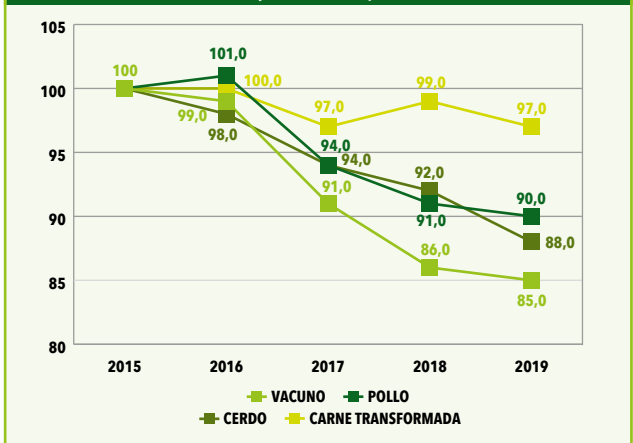
Durante los últimos cinco años, el consumo de carne ha caído 4,9 kilos por persona y el gasto ha descendido 17,6 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produce en el ejercicio 2014 (51,0 kilos por consumidor) y el gasto mayor también en el año 2015 (328,0 euros por consumidor).

En la familia de carne y productos cárnicos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido similar para todos los productos considerados. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de carne de cerdo, carne transformada, pollo, vacuno y carne de ovino/capriño experimentan descensos considerables. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2015-2019



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS (2015=100), 2015-2019



RED DE MERCAS / COMERCIALIZACIÓN DE CARNES / 2019

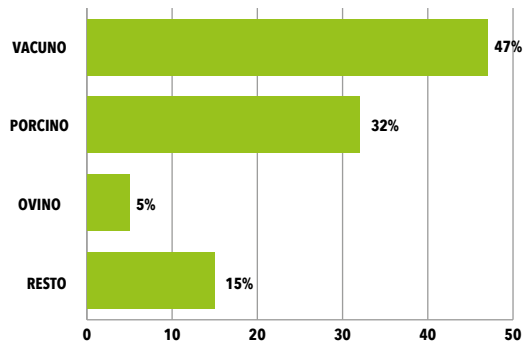
PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

Vacuno	47%
Porcino	32%
Ovino	5%
Resto	15%
Avícola	45%
C. Congelada	30%
Casquería y Otros	25%

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS 2019

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalicante	2.558	10,7
Mercabadajoz	1.442	13,8
Mercabarna	37.828	177,0
Mercacórdoba	449	1,9
Mercajerez	1.570	6,6
Mercalaspalmas	5.892	25,0
Mercaleón	5.042	21,0
Mercamadrid	591.677	2.512,2
Mercamálaga	38.937	162,4
Mercamurcia	19.139	57,6
Mercapalma	21.134	62,9
Mercasevilla	40.347	120,2
Mercavalencia	71.933	148,9
Mercazaragoza	39.366	147,6
TOTAL	877.314	3.467,9

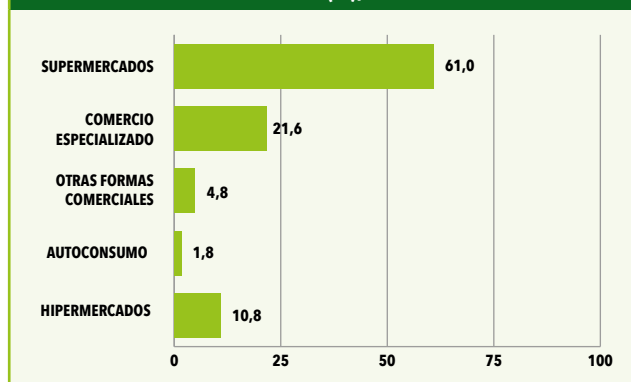
FUENTE: Mercasa.



CUOTA DE MERCADO

En cuanto a lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (61,0% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 21,6% y el hipermercado llega al 10,8%. El autoconsumo de carne y productos cárnicos supone el 1,8% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 4,8% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019

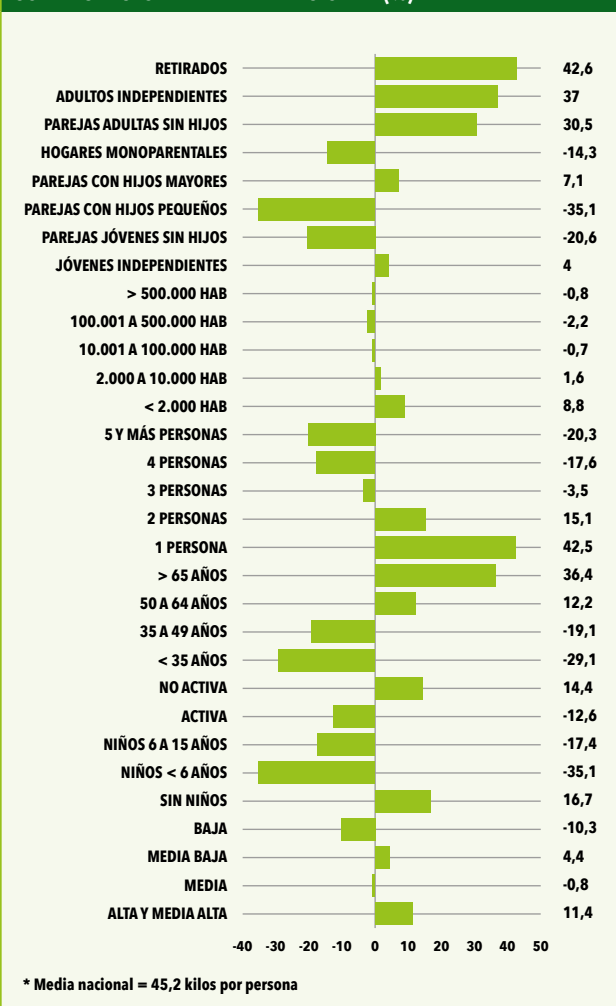


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2019 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, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en aquellos hogares que tienen niños menores de 6 años
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de carne es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de carne es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de carne y productos cárnicos, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

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



- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de carne, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (de 100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio entre los retirados, los adultos y jóvenes independientes, las parejas adultas sin hijos y las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Aragón y Galicia cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Canarias y Extremadura. ■

ELABORADOS CÁRNICOS

La producción española de elaborados cárnicos en el año 2019 se estima en más de 1.430.000 toneladas. Los datos de ANICE para el año 2018 cifran la producción en 1,4 millones de toneladas, un volumen superior en un 1,1% al producido en el año anterior.

Las cifras de producción de la elaborados cárnicos sitúan a España como el cuarto país de la UE, por detrás de Alemania, Italia y Francia.

Atendiendo al volumen producido, la principal partida es la formada por los elaborados cocidos, ya que en 2019 alcanzaron las 430.000 toneladas, unas 200 toneladas más que un año antes, según las estimaciones de ANICE.

A continuación están los jamones y paletas curados (con 306.000 toneladas en 2019), los embutidos curados (214.000 toneladas), los productos adobados y frescos (200.000 toneladas), los jamones y paletas cocidos

(175.000 toneladas) y los platos preparados, para los que se utilizan unas 104.000 toneladas.

Además de los embutidos cocidos, también experimentaron crecimientos de producción con relación al año anterior los jamones curados (2,3% más), los embutidos

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE JAMÓN CURADO BLANCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Campofrío Food Group, S.A*	2.143
Grupo Vall Companys*	2.038
Corp. Alimentaria Guissona, S.A.*	1.920
ElPozo Alimentación, S.A.*	1.278,8
Industrias C. Loriente Piqueras S.A (Incarlopsa)*	842
Noel Alimentaria, S.A*	301
ARGAL Alimentación, S.A.*	229
Comapa 2001 Grupo*	90
Jamones Arroyo, S.L Grupo*	44
Jamones Volatín, S.L*	32,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.



60 años
y más fuertes
que nunca!



COSTA FOOD
Group

Desde 1960 y tras 3 generaciones,

Jamones y Embutidos Villar es en la actualidad una de las compañías líderes en el sector cárnico nacional.

Tradición en todos los procesos productivos, calidad en las materias primas, un amplio catálogo de productos y una apuesta decidida por la innovación y el desarrollo de nuevas gamas, son las señas de identidad que saben apreciar nuestros clientes.



Estuches y maletines de loncheados

Lotes de embutidos

Loncheados de Cebo de Campo Ibérico, 50% Raza Ibérica

Porque en jamones y embutidos, sabemos de lo que hablamos.

www.icvillar.es
comercial@icvillar.es

Síguenos en    

curados (2,3%), los adobados (1,5%) y los platos preparados (4%)

Únicamente disminuyó, como en el año precedente, la producción de jamón y paleta cocido: 1,7% respecto a la producción de 2018.

La importancia de los elaborados cárnicos en las ventas del librespervicio y en los establecimientos especializados es grande. En volumen, los fiambres cocidos ocupan la primera posición, gracias sobre todo al importante incremento de las ventas de fiambre de pavo durante los últimos años. A continuación se sitúan los jamones cocidos, las salchichas y el chorizo.

En los últimos años, el sector ha sacado al mercado novedades importantes en cuanto a presentaciones (loncheados, porciones, etc.), al tiempo que ha abierto nuevos nichos de mercado, adaptándose a las necesidades de los consumidores. De acuerdo con los datos de la consultora Kantar, los principales canales de venta de estas producciones son los supermercados y autoservicios, con más de 51% de las ventas totales. Le siguen por importancia los establecimientos especializados con casi el 16%; los hipermercados (14%), las tiendas discount (12%) y las tiendas de alimentación y otros establecimientos, que se reparten el 7% restante. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las empresas españolas productoras y comercializadoras de elaborados cárnicos son más de 3.300, muchas de ellas de pequeñas dimensiones y con un carácter semiartesanal, aunque existen ya algunos grandes grupos que tienden a basar sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior. La facturación total del sector ronda los 7.000 millones de euros.

Los tres grupos más importantes acaparan en torno a una tercera parte de todo este mercado, aunque los niveles de competencia se han agudizado en los últimos tiempos y aparecen nuevos operadores que tienden a arañar cuotas de ventas. La innovación y la presentación de ofertas más saludables son las principales estrategias de las empresas del sector para arañar cuotas de mercado.

La principal empresa del sector (fabricantes y comercializadores de elaborados cárnicos curados y cocidos) produjo 148.000 toneladas de elaborados cárnicos en 2019, unas 3.000 toneladas más que en el año precedente.

La segunda empresa líder del sector produjo 119.000 to-

neladas y la tercera 116.000 toneladas. El resto de las empresas que conforman el grupo de las diez primeras en este sector terminó el año con facturaciones que fueron desde las 82.000 a las 25.000 toneladas.

La línea más dinámica de todo el grupo de elaborados cárnicos es la de los loncheados. La primera empresa en este sector tuvo una producción de 35.000 toneladas. Las marcas de distribución (MDD) han alcanzado una gran importancia en la distribución moderna y controlan más del 50% de todas las ventas en volumen en libre de los elaborados cárnicos, subiendo cuota en los jamones curados (54%), lomo embuchado (77%), chorizo (63,7%), salchichón (64%), jamón cocido (63%), bacón y panceta (59%), salchichas (65%). ■

COMERCIO EXTERIOR

De acuerdo con los datos de Comercio, las exportaciones españolas de elaborados cárnicos llegaron en el ejercicio 2019 a cerca de 208.121 toneladas, un 2,9% más que en el año anterior.

Atendiendo al volumen exportado, destaca la partida de embutidos curados, con casi 63.103 toneladas y un crecimiento del 1,6% con relación al año anterior. A continuación se sitúan los jamones curados, con más de 49.138 toneladas, que sin embargo registraron una caída de 2% en relación con los datos de exportación del año 2018. Asimismo, las ventas al exterior de jamones y paletas cocidos sumaron 4.157 toneladas, un volumen inferior al del año precedente.

Las exportaciones de embutidos cocidos subieron ligeramente hasta las 12.604 toneladas y el grupo de otros productos creció considerablemente, pasando de 72.652 a 79.119 toneladas.

La mayor parte de este comercio exterior se dirige hacia otros países de la Unión Europea, con preferencia hacia Francia, Alemania y Reino Unido, durante los últimos son los mercados americanos los que muestran un mayor potencial de crecimiento (México y Estados Unidos básicamente, seguidos por Chile, Brasil, Cuba y República Dominicana). También se detectan muy buenas perspectivas en algunos países asiáticos, en especial China y Japón.

La principal empresa española exportadora de elaborados cárnicos vende el 40% de su producción en el exterior, registrando una cifra de negocio que ronda los 120 millones de euros.

Las importaciones de elaborados cárnicos tienen menos importancia y rondan las 88.700 toneladas. En 2019, las importaciones y paletas cocidos superaron las 61.000 toneladas, según datos de Aduanas. Otras partidas importantes los fiambres cocidos, embutidos y pancetas curados.

JAMÓN IBÉRICO

Tras cinco años continuados de incrementos de producción (sacrificio ganadero) el sector industrial del cerdo ibérico echó el freno en 2019. Según el balance de la Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI) el sacrificio de cerdos se redujo en 2019 un 1,6% hasta 3,6 millones de cabezas.

En 2018 se identificaron con precinto de norma de calidad del ibérico cerca de 7 millones de jamones, que empezaron a llegar al mercado a partir de 2020 tras pasar por

Italia es la principal proveedora de elaborados cárnicos para el mercado español. A continuación, se sitúan Alemania, Portugal, Francia, Dinamarca, Rumania, Reino Unido, Bélgica y Holanda. ■

el correspondiente período de curación. En la montanera de 2019-2020 se produjo un aumento de los sacrificios y canales aptas de cerdos ibéricos alimentados con bellota en las dehesas.

Los datos registrados por ASICI indican que en la montanera 2019-2020 se sacrificaron 732.962 cerdos de bellota (9,5% más) y de ellos, 719.777 fueron canales aptas. El número de jamones ibéricos que se certificaron con los precintos de calidad correspondientes quedó en 6,9 millones.

Por su lado, en el año 2019 las ventas de ibéricos en el librespervicio (supermercados e hipermercados de más de



CERTIFICAMOS PRODUCTOS EXTRAORDINARIOS

CALICER ENTIDAD CERTIFICADORA DE ALIMENTOS

Si su producto es extraordinario, dígaselo a todo el mundo con el sello CALICER. Una certificación de procedencia, trazabilidad y calidad. Una garantía que defiende el nombre de su producción frente a imitaciones o abusos. Un símbolo que, en definitiva, ofrece un valor añadido a sus productos agroalimentarios.



Salamanca

Hoces del Duratón 13, 1ª Izda. Pol. Ind. Montalvo II • 37008 – Salamanca • Tel. 923 19 22 38

www.calicer.com

100 m2), se elevaron a 10.317 toneladas (jamones y paletas de cerdo ibérico), un 5% más que en el año anterior, según datos de la consultora IRI.

De este volumen total, casi el 48% correspondió a jamones ibéricos en piezas; el 13,8% a jamón ibérico loncheado; el 27% a paletas y el 11% a paleta loncheada. El resto de las ventas fueron otros cortes de jamón y paleta.

Según los datos de IRI, el valor alcanzado por las ventas en libreservicio superaron los 244 millones de euros, un 1% menos que en el año anterior. El valor de las ventas de piezas de jamón alcanzó los 82,8 millones de euros y las de jamón loncheado los 70,4 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) han ganado terreno y en los últimos dos años han incrementado un 6% su cuota de mercado, según las estimaciones de varias consultoras.

Un grupo importante dentro de este sector es el formado por los secaderos a maquila que trabajan para las empresas productoras y comercializadoras.

Dentro del grupo de las diez primeras empresas del subsector, la principal empresa registró unas ventas de 119 millones de euros; la segunda facturó cerca de 103 millones de euros y la tercera llegó a 100 millones de euros.

PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE

Se estima que el mercado español de productos de casquería y derivados de la carne ronda las 120.000 toneladas anuales, de las que el 60% está formado por menudencias elaboradas, el 25% por menudencias de cerdo, el 15% por menudencias de ternera y el 5% restante por las menudencias de cordero.

El valor total de este mercado se estima en torno a 1.260 millones de euros. Un factor importante que ha contribuido a la recuperación del consumo ha sido la llegada a nuestro país de importantes grupos de inmigrantes que tienen muy interiorizado el consumo de estos productos.

Además, estos alimentos han recuperado su prestigio, gracias a las campañas de promoción y a la utilización

En el sector de los jamones hay varias figuras de calidad reconocidas en España, que amparan tanto la producción de cerdo blanco, como la de ibérico. Así, hay cuatro denominaciones de origen protegidas: la DOP Dehesa de Extremadura; la DOP Guijuelo, la DOP Jabugo, la DOP Los Pedroches y la DOP Jamón de Teruel. También están reconocidas las producciones certificadas de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Jamón de Trevélez y de la IGP Jamón de Serón. ■



de esta materia prima en algunos restaurantes de alta calidad.

El sector empresarial está compuesto por un gran número de pequeños y medianos operadores. Se encuentran en actividad unas 400 empresas y 1.500 puntos de venta de casquería. Junto a esta base atomizada, han aparecido algunos grupos de dimensiones medianas y grandes que basan su sostenibilidad en la internacionalización. Aparte de los países de nuestro entorno más cercano (Francia, Gran Bretaña e Italia, de manera destacada), las exportaciones españolas de productos de casquería son importantes en algunos países de Europa del Este, como Polonia y Rusia. También han adquirido mucha importancia las exportaciones dirigidas hacia China. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/°

CORDERO SEGUREÑO **/°

ARAGÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/°

TERNASCO DE ARAGÓN °

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

POLLOS

CARNE DE VACUNO

TERNASCO AHUMADO

CARNE DE CONEJO

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA ASTURIANA °

BALEARES

MARCAS DE GARANTÍA

ANYELL D'E

FET NOSTRO

CARNE DE CERDO (PMS)

CARNE DE CORDERO (MMS)

CANTABRIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE CANTABRIA °

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA**/°

CORDERO SEGUREÑO**/°

CORDERO MANCHEGO °



CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/°

CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA °

LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN °

TERNERA DE ALISTE

DENOMINACIONES DE CALIDAD

MARCA DE GARANTÍA

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA

COCHINILLO DE SEGOVIA

TERNERA CHARRA

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT °

(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)

VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS °

(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

GALL DEL PENEDÉS °

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

CAPÓN

CERDO

CONEJO

CORDERO

POLLO

TERNERA

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD

CARNE DE CORDERO GUIRRO

CARNE DE CONEJO

EXTREMADURA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA DE EXTREMADURA °

CARNE DE ÁVILA **/°

CORDERO DE EXTREMADURA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CAPÓN DE VILALBA

TERNERA GALLEGA °

VACA Y BUEY DE GALICIA****

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/°

MARCAS COLECTIVAS

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA.

TERNOJA

MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA °

NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CORDERO DE NAVARRA °

TERNERA DE NAVARRA °

PAÍS VASCO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) °

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL ESNE BILDOTSA
(CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) °

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA
(POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL BASERRIKO TXERKIA (CERDO DE CASERÍO)

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC.AA / **** Protección Nacional Transitoria / ° Inscrita en el Registro de la UE

Capón de Vilalba

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de la Indicación Geográfica Protegida «Capón de Vilalba» comprende la totalidad de la comarca gallega Terra Chá (Tierra Llana del Miño), en el norte de la provincia de Lugo, e incluye los municipios Abadín, Begonte, Castro de Rey, Cospeito, Germade, Guitiriz,

Muras, Pastoriza y Vilalba, que es su principal población.

CARACTERÍSTICAS: Ampara la carne fresca de machos de la especie *Gallus domesticus* castrados. Las aves son de la raza Galiña de Mos o de diferentes estirpes que tienen como rasgo común su rusticidad, lo que permite su cría al aire libre en las condiciones climáticas de la zona. Estas estirpes, al igual que la raza Galiña de Mos, deben ser semipesadas y de crecimiento lento y presentar plumaje de color marrón-rojizo. Los animales se sacrifican con una edad mínima de 150 días, después de un período de cría y engorde de al menos 77 días. El cebo, fase final del engorde, se realiza en recintos confinados durante al menos 25 días. Además se establece una categoría especial, que se comercializa en la época navideña, con la mención adicional «Capón de Nadal», que se aplica a animales que se sacrifican con una edad mínima de 210 días.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Carne de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende por algunas provincias de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, Madrid y Valencia. La zona de elaboración se concentra en Castilla

y León y Madrid, con una fuerte expansión hacia zonas del País Vasco, el Mediterráneo y la costa andaluza.

CARACTERÍSTICAS: Se amparan las carnes de terneras, añejos y novillos de la raza Avileña Negra Ibérica. Los animales de esta raza, por su constitución, tienen gran adaptabilidad al clima y una enorme facilidad para caminar, cualidad indispensable para los desplazamientos trashumantes por accidentadas orografías y para la búsqueda de su alimentación en régimen extensivo en sierras y dehesas.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 609 ganaderías, con 30.847 reproductoras, 211 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 5.033 animales y se comercializan 1,5 millones de kilos de carne.

Carne de Cantabria

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción, crianza y engorde del ganado destinado a la producción de carne apta para ser protegida por la IGP comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: El ganado vacuno de las razas agrupadas en el tronco cántabro bóvido castaño cóncavo (Tudanca, Monchina y Asturiana), Pardo Alpina, integrada por absorción, y la Limusina, adaptada al medio, así como sus cruces, es apto para suministrar carne protegida. Los animales deben estar mamando de sus madres un mínimo de tres meses, en la fase de desarrollo por destete deberán consumir al menos el 50% de sus necesidades alimenticias en forma de forrajes producidos en Cantabria. Se establecen cuatro tipos de animales aptos para ser sacrificados: Ternera, Añejo, Novilla y Buey.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se han inscrito, 381 explotaciones ganaderas, 13.891 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.347, también están inscritos 4 cebaderos, 4 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 344.973 kilos de media al año.

Carne de la Sierra de Guadarrama

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de carne de añejo 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 añejo de razas Avileña, Limusín,

Charoles, y sus cruces con la estirpe autóctona Serrana. Los terneros deben ser destetados con un mínimo de 5 meses, destinados al sacrificio con un máximo de 16 meses y con un peso en canal de 175 a 275 kilos para las hembras y de 225 a 375 para los machos. El periodo mínimo de acabado en cebo intensivo es de 3 meses.

DATOS BÁSICOS: Hay inscritas 233 explotaciones ganaderas con 6.000 animales, 3 mataderos y 9 salas de despiece. Son 160 establecimientos autorizados a comercializar 1,7 millones de kilos de este tipo de carne anualmente.

Cordero de Extremadura

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y sacrificio coincide con la Comunidad Autónoma de Extremadura, región vinculada a la ganadería ovina y concretamente a la raza Merina.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos destinados a certificación tienen un sistema de cría, manejo y alimentación tradicional de la zona y típico del ecosistema de la dehesa extremeña, todo ello controlado y trazado por su Consejo Regulador (trazabilidad). Los corderos se alimentan a base de leche materna en régimen extensivo hasta llegar a un peso aproximado de 15 kilos, posteriormente son alimentados con concentrados autorizados hasta que alcanzan el peso óptimo, siempre siendo su edad de sacrificio menor de 100 días. Los pesos de las canales van de 9 a 16 kilos. La carne se caracteriza por tener un color rosado y un moderado nivel de infiltración de grasa. La grasa es de color blanco y consistencia firme y le proporciona a la carne una textura, ternura y jugosidad características muy agradables al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 357 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 294.589 ovejas reproductoras. Existen 6 centros de acabado, 3 mataderos y 3 empresas de comercialización, que certifican una media anual de 868.796 kilos de carne de cordero con IGP de un total aproximado de 70.621 corderos sacrificados.



Cordero Segureño

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica definida para la IGP se sitúa en la confluencia de las provincias de Albacete, Almería, Granada, Jaén y Murcia, encuadrando dentro las denominadas Cordilleras Béticas Orientales. Se caracteriza

por tener una altitud mínima de 500 metros, siendo a su vez dicha altitud el elemento delimitador de la zona ya que condiciona, de manera definitiva, las características agroclimáticas y, en consecuencia, el sistema de producción.

CARACTERÍSTICAS: De los corderos segureños se han obtenido tradicionalmente canales de un peso comprendido entre los 9 y los 13 Kg., muy bien conformadas cuya carne posee un color rosa pálido o rosa con un nivel de engrasamiento de cobertura e infiltración óptimo, lo que le confiere una gran jugosidad y ternura a la carne.

DATOS BÁSICOS: En la IGP se comercializaron una media anual de unos 18.105 corderos certificados.

Carne de Vacuno del País Vasco

(Euskal Okela)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, así como la de elaboración, comprende todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma Vasca. Las razas autorizadas para la producción de Carne de Vacuno del País Vasco o Euskal Okela son: Pirenaica, Pardo Alpina, Limusín, Blanca 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 pro-

ductivo 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

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: Carne de corderos que proceden exclusivamente de la raza Manchega, criados con leche materna durante sus primeros 30 días de vida y posteriormente, tras el destete engordados en estabulación, con piensos concentrados, hasta que alcanzan un peso entre 22 y 28 Kg, con una edad de 60-90 días. Estos corderos dan unas canales de peso 10-14 kg, con un engrasamiento escaso o medio y una conformación óptima. La carne de cordero Manchego es muy tierna y jugosa y posee un inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular que le aporta un sabor suave muy característico.

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritas 315 ganaderías de cría, con un total de 251.990 ovejas, 7 explotaciones de cebo, 4 centros de sacrificio, 9 operadores comerciales y 1 sala de despiece. En 2019 se comercializaron 27.761 canales de cordero Manchego, lo que supone un peso de 358.120 Kg.

Gall del Penedés

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la IGP, corresponde al ámbito histórico del Penedés, se caracteriza por ser el territorio originario de la raza Penedesenca tradicional y por ser una región fundamentalmente vitivinícola. La Está formada por 73 municipios que corresponden a todos los

municipios de las comarcas del Alt Penedès, del Baix Penedès y del Garraf, a 25 municipios de la comarca de l'Anoia i 1 municipio del Alt Camp.

CARACTERÍSTICAS: La Indicación geográfica protegida Gall del Penedès ampara carne fresca de pollo (machos y hembras) de la variedad Penedesenca negra mejorada de la raza Penedesenca tradicional. Es una ave de crecimiento lento, muy rústica, con buena vitalidad, de tipología corporal mediterránea, ligera, y de producción de carne pesada. Se caracteriza por su piel blanca, patas negras con la base de la pata blanca y carne rojiza de gran calidad gustativa y músculos firmes y suculentos.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritas 5 explotaciones que sacrifican más de 7.000 animales con destino amparado por la IGP, que suponen unos 20.000 kilos de carne de la IGP Gall del Penedés

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.

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 Añejo.

DATOS BÁSICOS: En el CR figuran inscritas 5.721 explotaciones, 84.517 vacas madre, 9 mataderos, 14 salas de despiece y 270 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 6,5 millones de kilos.

Ternasco de Aragón

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La producción del Ternasco de Aragón se distribuye a lo largo de toda la Comunidad Autónoma de Aragón, en ganaderías registradas en la I.G.P. La crianza se realiza mediante un aprovechamiento tradicional y sostenible del territorio aragonés por parte del ganado, tanto en pastos de montaña y media montaña como en las zonas más áridas del valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las razas que forman parte de la IGP Ternasco de Aragón son: Rasa Aragonesa, Ojinegra de Teruel, Roya Bilbililitana, Ansotana y Maellana. El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida controla las distintas fases desde la producción hasta la canal certificada. Al final del proceso el peso en canal de las piezas oscila entre 8 y 12,5 kilos. La carne es de color rosado, jugosa, grasa blanca, consistente y firme.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 620 ganaderías, con un censo de más de 353.000 ovejas. El número de canales amparadas bajo la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) en el año 2019 ascendió a 198.420.

Ternera de Extremadura

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



Ternera de Extremadura
INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA
CONSEJO REGULADOR

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 Cacerña, 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 añejo es de un color entre rojo claro y rojo púrpura, con grasa blanca también, y la carne de novillo es de color rojo cereza, con grasa de color crema.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 370 ganaderías con un censo de 34.000 vacas madres, 140 cebaderos y 7 industrias, que producen una media de 1,7 millones de kilos de carne al año.



Pollastre i Capó del Prat

(Pollo y Capón del Prat)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La reglamentación se aplica a las carnes de los pollos y capones de la raza Prat sacrificados, eviscerados y envasados y que hayan sido producidos por explotaciones ubicadas en los términos municipales de Castelldefels, Cornellà de Llobregat, Gavá, Sant Boi de

Llobregat, San Climent de Llobregat, Viladecans y Santa Coloma de Cervelló, siendo su principal punto de producción históricamente El Prat de Llobregat.

CARACTERÍSTICAS: Los pollos se distinguen por tener un plumaje rubio oscuro, las patas azules y la piel nacarada. Los huevos para incubar pesan como mínimo 55 gramos. Los pollos y los capones se sacrifican a una edad de 81 y 122 días, respectivamente. La fecha límite para su venta, después del sacrificio, es de 7 días.

DATOS BÁSICOS: Bajo la IGP se sacrifican al año 5.000 animales, que representan más de 10.000 kilos de carne protegida. Se comercializa en su totalidad en el mercado nacional.

Ternera 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 ternereza y jugosidad.

DATOS BÁSICOS: Están registrados más de 8.200 ganaderos, 446 cebaderos y se identifican más de 132.000 terneros. Hay inscritas 100 industrias cárnicas (mataderos y salas de despiece). En 2018 se certificaron 96.500 canales, comercializándose más de 21 millones de kilos de carne.





Ternera de Aliste

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: el lejano Oeste de Zamora; comarcas de Aliste, Sayago y Sanabria.

CARACTERÍSTICAS: Carne de ganado vacuno joven, de razas de aptitud cárnica, adaptado a la zona geográfica y producida en base a una alimentación y al manejo tradicional de la zona, con una edad de sacrificio comprendida entre 8 y 12 meses. Basada en la producción de pequeñas explotaciones familiares influenciadas enormemente por la presencia del lobo ibérico (*Canis lupus signatus*) que condiciona un sistema de manejo consistente en proteger al ternero en el establo desde su nacimiento hasta su sacrificio, basando su alimentación en la lactancia materna, produciendo una carne de color rosa pálido, con alta ternera y jugosidad y suave flavor.

DATOS BÁSICOS: 69 explotaciones, 2.500 vacas nodrizas. 1 matadero. 23 comercializadores. 350.000 kg de carne anuales.



Ternera de Navarra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción de carne fresca de ganado vacuno procedente de vacas nodrizas nacidas, cebadas y sacrificadas en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: El ganado autorizado procede de las razas Pirenaica, Blonde, Parda Alpina, Charolais y sus cruces. Los terneros protegidos por la Indicación Geográfica Protegida deberán ser amamantados con leche materna durante un período mínimo de cuatro meses. Los terneros de cebo reciben una alimentación a base de materias primas naturales, quedando prohibidos los productos de efecto hormonal o sustancias no autorizadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 501 explotaciones y 16.567 cabezas de ganado, así como 4 mataderos y 5 salas de despiece que sacrifican una media anual de 6.622 terneros. Las 185 carnicerías autorizadas venden anualmente más de 1,5 millones de kilos de carne con IGP.



Vedella dels Pirineus Catalans

(Ternera de los Pirineos Catalanes)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP Ternera de los Pirineos Catalanes ampara carne de vacuno de animales nacidos y criados en municipios de las comarcas catalanas pirenaicas y prepirenaicas: Alt Empordà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Bages, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Noguera, Osona, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla de l'Estany, Solsonès, Ripollès y Val d'Aran. Como hecho significativo señalar que es una IGP transfronteriza que se extiende por la Cataluña Norte por municipios del Departamento francés de los Pirineos Orientales.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de carne amparada por la IGP son de las razas rústicas Bruna dels Pirineus, Aubrac o Gascona, o del cruce de estas madres con machos de las razas Charolaise, Limousine o Rubia de Aquitània. Son criados en régimen extensivo como mínimo durante los cuatro primeros meses de vida en los que se alimentan a base de leche materna i pastos frescos. Son sacrificados entre los 8 y 12 meses de edad con un peso mínimo de la canal de 160 kg. Para asegurar una buena maduración de la carne, las canales deben reposar un mínimo de 6 días antes de su venta al consumidor.

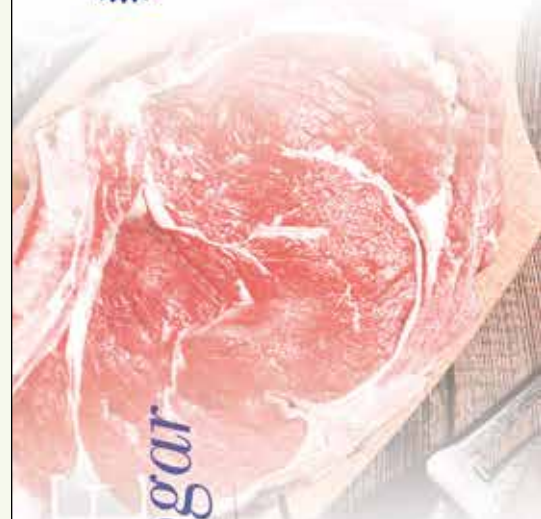
DATOS BÁSICOS: Las ganaderías inscritas en el Consejo Regulador comercializan anualmente una media de 160.000 kilos de carne de ternera amparada por la IGP.



La Auténtica Ternera de Aliste



CARNE DE LA MÁXIMA CALIDAD CERTIFICADA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



En tu hogar

Ternera de Aliste,
tierna, jugosa, suave y
plena de valores nutritivos.



Asociación para la promoción
de la Ternera de Aliste

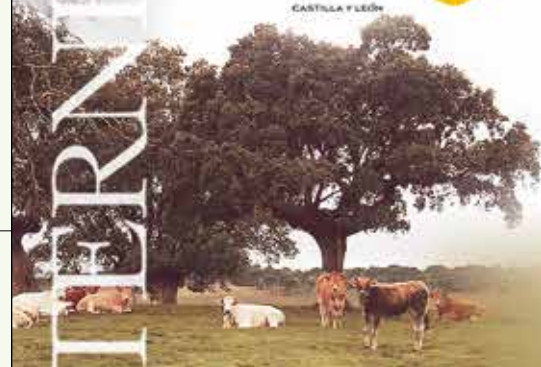
C/ Barrio Nuevo, 9.

49510. Fonfria / Zamora. España

Tel. / Fax: +34 980 680 333

terneradealiste@terneradealiste.es

www.terneradealiste.es



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

GUIJUELO **

JAMÓN DE JABUGO **/°

LOS PEDROCHES °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

JAMÓN DE TREVÉLEZ °

JAMÓN DE SERÓN *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO **

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL °

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO **/°

CASTILLA - LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO **/°

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO **/°

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

CATALUÑA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

JAMÓN CURADO

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

DEHESA DE EXTREMADURA °

GUIJUELO **/°

JABUGO **/°

LA RIOJA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

MURCIA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °



* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CCAA / ° Inscrita en el Registro de la UE

Dehesa de Extremadura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca las dehesas arboladas a base de encinas y alcornoques situadas en las provincias de Badajoz y Cáceres, mientras que la elaboración y maduración

de jamones y paletas está delimitada por las comarcas de sierras del sudoeste de Badajoz, Ibor-Villuercas, Cáceres-Gredos Sur, Sierra de Montánchez y Sierra de San Pedro.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura o cruzados con Duroc-Jersey con al menos el 75% de sangre ibérica. El proceso de secado y maduración se prolonga entre 18 y 36 meses. Según la procedencia de la alimentación del ganado, los jamones y paletas se clasifican como Bellota, Recebo y Cebo de Campo.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 2.100 explotaciones de cerdos de cebo y 120 empresas elaboradoras. La producción anual es de 80.000 jamones y 145.000 paletas certificadas con la DOP. La calidad de nuestro producto está avalada por un control estricto por parte de los servicios técnicos veterinarios, desde que el cerdo nace hasta el etiquetado final del jamón o paleta y su posterior salida al mercado.

Guijuelo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de elaboración de paletas y jamones curados abarca 78 municipios del sudeste de Salamanca, con Guijuelo como principal centro productor. Como zona de producción de

ganado porcino registrado se incluyen diversas comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía.

CARACTERÍSTICAS: El ganado es mayoritariamente de la raza Porcina Ibérica, aunque se admiten cruces con Duroc-Jersey. Los cerdos se alimentan de bellotas dentro de las dehesas. Los jamones y paletas se someten a un proceso de curación en secaderos naturales y en bodegas durante un período mínimo de 2 años. Según la alimentación del cerdo, los jamones se clasifican como Ibérico de Bellota o Ibérico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 346 ganaderías y 872 explotaciones, más de 25.656 cerdas reproductoras y 69 empresas elaboradoras. Anualmente se comercializan 82.891 jamones y 89.268 paletas.

Jabugo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de jamones y paletas con DOP Jabugo está constituida por 31 términos municipales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, entre los que se encuentran Aracena, Cortegana, Cumbres Mayores, Corteconcepción, Higuera de la Sierra, Jabugo y Santa Olalla del Cala. La zona de producción comprende las dehesas de encinas, alcornoques y quejigos de Huelva, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Málaga, Cáceres y Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Cuando el cerdo está en la dehesa, y atendiendo a la cantidad de bellota, se identifica con un crotal para poder hacer el seguimiento de su engorde durante la montanera. Cuando el cerdo pasa a ser jamón y paleta, se identifica con dos elementos de control: un precinto de color negro de la DOP que se coloca en la pieza en el momento del sacrificio y una vitola de color negro de la DOP que se coloca en la pieza una vez que ha finalizado su elaboración. Ambos elementos con un mismo número identificativo, así como la añada correspondiente. Estos elementos garantizan al consumidor la trazabilidad de la calidad y el origen.

Finalmente, se coloca la etiqueta de la bodega comercializadora inscrita en el Consejo Regulador de la DOP Jabugo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 39 bodegas comercializadoras, 26.407 cerdos identificados, 94.797 piezas precintadas en matadero, 61.727 jamones certificados con la máxima designación Summum, con un valor económico 15,9 millones de Euros.



Jamón de Serón

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La elaboración del «Jamón de Serón» se realizará exclusivamente dentro del término municipal de Serón, provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS: Jamón curado obtenido a partir de los pernils del cerdo (machos castrados y hembras) procedente de alguna de las siguientes razas o cruces entre ellas: Duroc, Large White, Landrace, Blanco Belga, Pietrain y Chato Murciano, y elaborado a través de un proceso de secado-maduración natural, de forma redondeada, conservando la pata, con o sin corteza, siendo en este último caso eliminada mediante un corte con forma de «V». Color rojo y aspecto brillante al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular, carne de sabor ligeramente dulce, poco salada y de aroma de medio a intenso. Grasa de consistencia untuosa, brillante, coloración blanca amarillenta, de sabor dulce y aroma intenso.

Se comercializa bajo dos categorías: Jamón de categoría «S-XVI», de 7 kg de peso mínimo, con un período de elaboración superior a 16 meses. Jamón de categoría «S-XX» de peso mínimo 8 kg, con un período de elaboración superior a 20 meses.

Para ambas categorías, el proceso de secado-maduración natural, bajo las condiciones medioambientales de Serón, debe abarcar al menos 12 meses. Se podrá presentar el producto envasado, bien deshuesado o bien loncheado, siempre y cuando se garantice la calidad y la trazabilidad del mismo

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Jamón de Teruel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

Todas las comarcas de la provincia de Teruel están amparadas para la producción de cerdos y la elaboración de jamones con Denominación de Origen Jamón de Teruel, siendo la más antigua DO de jamón de España.

CARACTERÍSTICAS: El porcino autorizado es el procedente de los cruces de las razas Landrace y Large White en madres, y Duroc en padres. El proceso de curación de los jamones se realiza en alturas superiores a los 800 metros y toda la fase de elaboración no es inferior a los 14 meses. Los jamones, de 8 a 9 kilos de peso, ofrecen un aspecto brillante y color rojo al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular. Los jamones van marcados con la clásica estrella de 8 puntas y la marca "Teruel" en la corteza.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 256 explotaciones de cerdos, 35.428 cerdas reproductoras y 53 empresas elaboradoras. La producción media anual alcanza un volumen de 450.065 jamones.

Jamón de Trevélez

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de los jamones protegidos por la Indicación Geográfica Protegida Jamón de Trevélez está constituida por un área natural en la que los factores de altitud, temperatura y humedad, entre otros, dan a los productos unas cualidades propias que tradicionalmente le han caracterizado.

Esta zona comprende las partes con altitud superior a 1.200 metros de los términos municipales de Trevélez, Juviles, Busquistar, Pórtugos, La Tahá, Bubión, Capileira y Bérchules. Las actividades de elaboración y maduración de los jamones se limitan a estos municipios de la comarca de la Alpujarra Alta, en la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones se obtienen únicamente de cerdos de los cruces de las razas Landrace, large-White y Duroc-Jersey. El jamón se elabora con pernil de cerdo blanco de macho castrado y hembra de la máxima calidad, poca sal (sin conservantes ni aditivos) y curado de forma natural y bajo métodos tradicionales. El proceso de secado y curado se prolonga por un período que va desde los 14 meses, período a partir del cual el jamón desarrolla todos los aromas y el sabor, hasta los 24 meses de curación.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 7 empresas elaboradoras y comercializadoras con una producción anual aproximada de 213.000 jamones con I.G.P. Jamón de Trevélez en el año 2019.

Jamón Serrano

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del jamón serrano se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse de cerdos sanos que hayan sido sacrificados cumpliendo todos los requisitos higiénico-sanitarios exigidos por la legislación vigente.

CARACTERÍSTICAS: El proceso de elaboración que incluye las fases de salazón, lavado, reposo, secado y maduración no podrá ser en ningún caso inferior a siete meses desde la introducción de la pieza en sal. El jamón serrano presenta una grasa brillante, untuosa, de coloración entre blanca y amarillenta, aromática y de grato sabor. De color rosa a rojo púrpura, sabor delicado y poco salado, aroma agradable, textura homogénea, poco fibrosa y sin pastosidad. El jamón se presenta comercialmente en corte en V con pata o sin pata, corte redondo con pata y sin pata y deshuesado con piel, corte en V o sin piel y desgrasado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador del jamón serrano español están inscritas 120 empresas de comercialización. Anualmente se comercializan 3 millones de piezas con la etiqueta garantizada en sus tres gamas de curación: Gran Reserva (más de 15 meses), Reserva (mínimo 12 meses) y los Loncheados (mínimo 10 meses).

Los Pedroches

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción para la cría y engorde de los cerdos protegidos por la Denominación de Origen Protegida Los Pedroches comprende las dehesas arboladas de 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, al norte de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura, o cruzados con Duroc, Duroc-Jersey y Largue-Black, pero siempre con al menos un 75% de sangre ibérica. Los productos se distinguen según se haya realizado la alimentación del cerdo en montanera o recebo. Los jamones y paletas de cerdos criados en montanera llevan un precinto de color negro y la inscripción "Bellota de Los Pedroches"; los engordados mediante recebo tienen un precinto rojo y la etiqueta "Los Pedroches".

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 151 explotaciones ganaderas que suman unos 7.400 cerdos y 520 reproductoras. Hay 15 industrias adscritas a la Denominación de Origen Protegida que comercializan una media de 17.000 jamones y paletas con DOP.

"No hay una sola enfermedad en la que el médico, si no está inficionado de pedantería, pueda prohibir el jamón con fundamento (...) su eficacia nutritiva y la levedad con la que se digiere lo convierten, casi, en una bienhechora medicina"

-Gregorio Marañón, médico y humanista español, 1887-1960



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

CECINA
 CHORIZO
 CONSERVA DE CERDO EN ACEITE
 LOMO EMBUCHADO
 LONGANIZA DE ARAGÓN
 MORCILLA DE ARAGÓN
 PALETA CURADA

ASTURIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHOSCO DE TINEO *

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBRASSADA DE MALLORCA *

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

BOTILLO DEL BIERZO *
 CECINA DE LEÓN *
 CHORIZO DE CANTIMPALOS

MARCAS DE GARANTÍA

CECINA DE VILLARRAMIEL
 CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
 CHORIZO ZAMORANO
 CHORIZO DE LEÓN
 IBÉRICOS DE SALAMANCA
 FARINATO DE CIUDAD RODRIGO
 TORREZNO DE SORIA

CATALUÑA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

LLOGANISSA DE VIC * (SALCHICHÓN DE VIC)

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDO DE REQUENA *
 LONGANIZA
 MORCILLA
 SALCHICHÓN
 SOBRASADA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

BOTIFARRA DE CEBA
 COENT DE BURRIANA
 EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN
 LONGANIZA AL AJO
 LONGANIZA DE PASCUA
 LONGANIZA MAGRA
 LONGANIZA SECA
 MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
 MORCILETA 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 plumizo. 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 9 empresas que elaboran y comercializan 297.889 kilos de Botillo del Bierzo.

Cecina de León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico protegido por la IGP incluye todos los municipios de la provincia de León. La altitud media es superior a 700 metros, con un clima continental extremo que es excepcional para la elaboración artesanal de la cecina.

CARACTERÍSTICAS: La cecina procede del despiece de los cuartos traseros del ganado vacuno mayor, preferentemente de razas autóctonas de Castilla y León. La materia prima se sala y, tras el lavado y asentamiento de las piezas, se ahuma con leña de roble o encina, todo ello hasta completar un proceso que debe durar un mínimo de 7 meses a partir de la fecha de salado. Las piezas tienen un peso que oscila entre los tres y los cinco kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 21 empresas que producen al año unas 125.000 piezas de tapa, contra, babilla y cadera, y comercializan algo más de 93.000 piezas con IGP.



Chosco de Tineo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido se extiende a los municipios de Tineo, Allende, Belmonte de Miranda, Cangas de Narcea, Salas, Somiedo, Valdés y Villalón en el occidente y suroccidente del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chosco de Tineo es un embutido crudo-curado y ahumado en ciego de cerdo. Los ingredientes que se emplean en su elaboración son: 80% como mínimo de cabecera de lomo y 15% como mínimo de lengua, sal, pimentón y ajo. La tripa que se utiliza como cobertura del chosco es el ciego del cerdo, de ahí su forma redondeada e irregular. Su color característico es el rojizo, más o menos intenso según la carne utilizada y la concentración de pimentón. Su sabor es agridulce con un suave toque ahumado. Los choscos pueden comercializarse en piezas enteras, crudos o cocidos, y también en trozos o loncheados.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la puesta en marcha de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de industrias elaboradoras y cantidad de producto comercializado, aunque en la actualidad hay 8 industrias cárnicas, que elaboran Chosco de Tineo y venden su producción en Asturias, que podrían recibir autorización para comercializar el producto con la IGP.

Chorizo de Cantimpalos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido comprende 64 municipios de la provincia de Segovia, que se extienden por un territorio geográfico que abarca desde la Sierra de Guadarrama a Carbonero y de Riaza a Villacastín con una superficie de 2.268 kilómetros, con el municipio de Cantimpalos como núcleo principal de producción.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chorizo de Cantimpalos es un embutido elaborado con carne de cerdo alimentado básicamente con cebada y cuya área de producción se sitúa a unos 1.000 metros de altitud, lo que constituye un medio excepcional para la curación natural del chorizo, proporcionándole su aroma y sabor característicos. Su composición comprende un 70% de magro de cerdo, un 26% de tocino, 2% de sal, 2% de pimentón, ajo y orégano. Este chorizo, que se consume crudo, frito o cocido, se presenta en tres formatos: sarta o herradura, de calibre fino y con un peso de 400 gramos; achorizado, en ristra de cinco piezas atadas de unos 700 gramos, y cular, embutido en tripa natural y de 1,2 kilos de peso medio.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 6 granjas, 4 salas de despiece, 4 mataderos y 19 empresas cárnicas, que comercializan 1,5 millones de kilos de chorizos al año con IGP.



Chorizo Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del chorizo riojano se centra en toda la comunidad autónoma de La Rioja.

CARACTERÍSTICAS: De forma sarta o herradura, con un diámetro de 30-40 milímetros y un peso mínimo de 200 gramos, es uno de los alimentos más típicos de La Rioja, este chorizo es de consistencia firme y compacta, presenta un aroma equilibrado e intenso en el que domina el pimentón y las notas de ajo, con una textura agradable al paladar y un sabor intenso, persistente y picante en ocasiones. Las técnicas tradicionales de elaboración se plasman ahora en una industria cárnica que conjuga estos conocimientos heredados generación tras generación con las más modernas tecnologías.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 6 empresas, que producen una media de 1.469.528 piezas de chorizo riojano.

Embutido de Requena

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de embutidos se localiza en el municipio valenciano de Requena.

CARACTERÍSTICAS: Los embutidos se elaboran a partir de carne de cerdo y los productos protegidos son: salchichón, chorizo, perro, longaniza, morcilla, güeña y sobrasada. La elaboración tradicional de productos de la matanza destaca con personalidad en el Embutido de Requena. Las artes empleadas en el acondicionamiento de las carnes y demás productos derivados del cerdo, el especiado y maduración de las pastas, así como el embutido y curado de las piezas, junto a las condiciones ambientales influyentes en los procesos de secado, oreado y afinado de los productos, son determinantes de su peculiar calidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 11 empresas que elaboran y comercializan Embutido de Requena con Indicación Geográfica Protegida.

Lacón Gallego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción y elaboración de Lacón Gallego en toda la Comunidad Autónoma de Galicia, siempre y cuando se cumpla la normativa prescrita.

CARACTERÍSTICAS: El ganado apto para producir lacones es de las razas Celta, Large White, Landrace, Duroc y sus cruces. La alimentación puede ser tradicional (cereales, bellotas, castañas y tubérculos) o con piensos controlados. Los machos son castrados antes de su entrada al cebadero. Los cerdos para sacrificio tendrán, como mínimo, 6 meses de edad y 90 kilos de peso vivo.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 191 explotaciones, 7 mataderos, 9 salas de despiece y 8 industrias cárnicas. Anualmente se comercializan cerca de 1.550 piezas amparadas por la Indicación Geográfica Protegida, cuyo peso se aproxima a los 6.000 kilos.

Sobrasada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



Consejo Regulador I.G.P.
SOBROASADA DE MALLORCA

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: Características: Para su elaboración se utilizan carnes picadas (magro y tocino) de cerdo que se aderezan con pimentón, sal y especias, se embuten y se dejan curar lentamente hasta adquirir un bouquet único. Se elabora por empresas ubicadas en Mallorca y que están inscritas en los registros de la IGP Sobrasada de Mallorca. La sobrasada de Mallorca adquiere unas características que la diferencian de las sobrasadas sin el distintivo de calidad. Al término de su curación la superficie del embutido es de color rojo oscuro, lisa o ligeramente rugosa, con ausencia de enmohecimiento o enmohecimiento blanquecino y la pasta es blanda, inelástica, adherente, cohesionada, untuosa, poco fibrosa y de aspecto rojo marmóreo. Sabor y aroma característico, con clara percepción de la presencia del pimentón.

Atendiendo a la raza de cerdo se distinguen dos tipos de sobrasadas; la Sobrasada de Mallorca y la Sobrasada de Mallorca de cerdo negro, elaborada a partir de una raza autóctona mallorquina.

DATOS BÁSICOS: En el registro de elaboradores del Consejo Regulador figuran 19 empresas elaboradoras de las cuales las 19 elaboran Sobrasada de Mallorca y 9 elaboran Sobrasada de Mallorca de Cerdo Negro. La producción de Sobrasada de Mallorca protegida es de un total de 2.058.758 kg.

Llonganissa de Vic

(Salchichón de Vic)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los cerdos aptos para la elaboración de este embutido incluye toda la comarca de Osona, mientras que la zona de elaboración reconocida se extiende a toda la Plana de Vic, en Barcelona.

CARACTERÍSTICAS: El Salchichón de Vic presenta unos rasgos específicos en su aspecto que también ayudan a distinguirlo de los salchichones que no tienen el distintivo de calidad.

El color rojo intenso y brillante en el corte deja perfectamente visible los pequeños dados de grasa y la pimienta en grano que integran la tradicional composición de este producto. Externamente destaca la flora que durante el proceso de secado se ha asentado en las tripas naturales que han servido para embutir las carnes de cerdo seleccionadas.

Para garantizar que el Salchichón de Vic cumple permanentemente los altos niveles de composición y calidad que se requieren para este producto, el Consejo Regulador de la IGP Salchichón de Vic encomendó a una Entidad de Certificación independiente y de reconocido prestigio la verificación de los procesos que siguen las empresas, así como el análisis de los salchichones que comercializan. De esta manera nos aseguramos que se respeta la normativa de calidad europea.

El Consejo Regulador es quien tiene la autoridad para conceder el distintivo específico que permite diferenciar el auténtico Salchichón de Vic del resto, siempre que hayan superado los estrictos controles de calidad.

Este producto se elabora con carnes magras de cerdo seleccionadas, sal y pimienta negra, en empresas ubicadas en los municipios que integran la Plana de Vic y que están inscritas en los registros del Consejo Regulador de la IGP Salchichón de Vic. Actualmente, forman parte seis empresas: Splendid Foods (marca Can Duran), Embotits Salgot, Sucesores de J. Pont, Casa Riera Ordeix, Embotits Casolans Ca La Glòria (marca Casa Oms) y Embutidos Solá.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 6 empresas elaboradoras, que comercializan anualmente unas 500.000 piezas que representan aproximadamente de 200.000 kg de Salchichón de Vic. El 80% se destina al mercado interior.



HUEVOS



España ocupa el tercer puesto dentro de la Unión Europea en el ranking de países productores de huevos, por detrás de Italia, Alemania y Francia.

La producción nacional de huevos representó en 2019 el 4,9% de la Producción Final Ganadera y el 1,9% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

En el año 2019, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 966,6 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra inferior en un 12,8% a la del año anterior (en los últimos dos años había crecido).

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos disminuyó en cantidad un 1,3% en 2019, mientras que los precios bajaron un 11,7%. En el año anterior subieron la producción y los precios.

El año 2019 en el sector de los huevos de gallina vino marcado por una tendencia cambiante en la manera de producir, al incrementarse el censo de gallinas en siste-

mas alternativos de una manera significativa, pasando de suponer un 17% en 2018 a un 23% sobre el censo total. El número de granjas dedicadas a la producción de huevos de gallina se mantuvo estable en 2019. Según los datos del MAPA, había un total de 1323 granjas, cuatro menos que un año antes. De la cifra total, 485 eran granjas dedicadas a la producción en jaula y con respecto al año anterior.

Por su lado, el censo de gallinas ponedoras en 2019 aumentó un 5%, hasta llegar a 45,8 millones de animales. De esta cifra total, 35,15 millones de gallinas se criaban en jaulas; 5,8 millones eran gallinas criadas en el suelo; 4,18 millones eran gallinas camperas y 625.498 se criaron bajo métodos de producción ecológica.

Con relación a un año antes, en 2019 se redujo el censo de gallinas criadas en jaula y aumentó en el resto de categorías, según los datos del MAPA. De hecho, el censo de gallinas criadas en sistemas alternativos pasó de representar el 17,7% del total al 23,2%.

Por sistema de producción, el 77% de las gallinas ponedoras estaban en una jaula acondicionada; un 13% en suelo, un 9% eran camperas y un 1% ecológicas.

La comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras en 2019 fue Castilla-La Mancha, con el 26% del total. Le siguieron Castilla y León (18%), Aragón (12%) y Cataluña (9%). ■

MÁS PRODUCCIÓN DE HUEVOS

Por su lado, la producción de huevos puestos por estas gallinas superó los 1.154,6 millones de docenas, un 4% más que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura. En el año precedente, el volumen de producción había descendido un 1%.

Castilla-La Mancha encabezó la producción de huevos, con el 26% del total, seguida de Castilla y León con el 16% y la Comunidad Valenciana con el 10%.

Los precios de los huevos se mantuvieron durante parte del año por debajo de los del año 2018 y finalmente, la media fue inferior a la de ese año. ■

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial del sector de los huevos ha tenido un saldo positivo ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones.

Según datos del Departamento de Aduanas, las importaciones totales de huevos con y sin cáscara, a países de la UE y extracomunitarias, sumaron 44.262 toneladas, lo que supuso un descenso respecto a un año antes. De esta cifra total, el grueso correspondió a las compras a países de la Unión Europea.

Respecto a las exportaciones, en 2019 España vendió en total 154.400 toneladas de huevos con y sin cáscara, un 21% más que en la campaña anterior. De la cifra total, el 85% fueron ventas a los países comunitarios y el resto a países terceros.

En este sentido, el país que recibió la mayor parte de los huevos españoles exportados fue Francia, seguida de Italia, Países Bajos y Portugal. Fuera de la Unión Europea, los países que más huevos compraron a España fueron Mauritania, Israel y Rusia. ■

CONSUMO DE HUEVOS

El consumo de huevos se ha mantenido bastante estable desde el año 2014. En los años 2017 y 2018 se registró una ligera recuperación del consumo en los hogares, pero en

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
HUEVOS DE GALLINA	814	762	847	833
OTROS HUEVOS	4	4	3	3
TOTAL	818	766	850	836

FUENTE: MAPA

2019 se produjo un cambio de tendencia. Según los datos del panel de consumo del Ministerio de Agricultura, en 2019 se consumieron en los hogares españoles 384.218 toneladas de huevos, un 0,3% menos que un año antes. El valor de esos huevos ascendió un 1,3% hasta 899,4 millones de euros y como consecuencia de ello, el gasto per cápita aumentó un 0,2%, siendo la cantidad invertida 19,5 €p por persona.

El consumo per cápita descendió un 1,4%, según datos del panel del MAPA, y cada individuo consumió en 2019 un total de 8,33 kilos de huevos al año.

El gasto en huevos supuso el 1,3% del total realizado por los hogares en alimentos y bebidas, según las mismas fuentes.

Las comunidades donde más huevos se consumieron en los hogares durante 2019 fueron Cantabria, País Vasco y la Comunidad Foral de Navarra. Por el contrario, en las que menos huevos se consumieron fueron Andalucía, Canarias y Madrid. ■

HUEVOS DE OTRAS PONEDORAS

Aunque en la alimentación humana se utilizan huevos de diferentes especies, los más consumidos son los de gallina y, en mucha menor medida, los de codorniz.

Dentro del sector de los huevos de ave para consumo humano también habría que incluir una pequeña producción de huevos de avestruz, así como también los huevos de pata.

Por regiones, la producción intensiva de huevos de gallina se concentra en Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón y Cataluña, mientras que la producción de huevos de gallinas camperas está fuertemente asentada en Galicia, Castilla y León y Andalucía.

Asimismo, la producción de huevos de pavas predomina en Andalucía y en Galicia y la de huevos de pata en Galicia, Cantabria y Extremadura. ■

MODELO EUROPEO DE PRODUCCIÓN

La producción y comercialización de huevos y ovoproductos en España está sujeta a numerosas regulaciones, cuyas directrices vienen marcadas por las políticas de la Unión Europea. En su conjunto, estas normas definen el denominado Modelo Europeo de Producción (MEP) agroalimentaria, que es un referente a nivel mundial.

Este modelo se caracteriza por responder a las demandas del consumidor y aplicar los mayores estándares de seguridad alimentaria, sostenibilidad de la producción, protección del medio ambiente y del bienestar y la sanidad animal.

El conjunto del sector del huevo español está comprometido con su aplicación y tanto las granjas como las industrias invierten continuamente en la mejora de las instalaciones para que los todos los eslabones de la cadena, desde la producción al consumidor, estén alineados con los objetivos del MEP, cuyos requisitos también evolucionan con el tiempo. ■

PRODUCCIÓN DE HUEVOS EN LA UE

En la Unión Europea, la producción de huevos, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, supuso

PRODUCCIONES DE HUEVOS (INCUBAR Y CONSUMO) EN LA UE (Miles de toneladas)			
PAÍS	2017	2018	2019
ALEMANIA	890	899	851
AUSTRIA	133	134	120
BÉLGICA/LUXEMBURGO	200	198	145
BULGARIA	94	94	88
CHIPRE	10	10	10
CROACIA	43	44	41
DINAMARCA	89	90	78
ESLOVAQUIA	71	71	71
ESLOVENIA	21	21	22
ESPAÑA	762	847	833
ESTONIA	10	10	9
FINLANDIA	74	76	76
FRANCIA	995	1011	924
GRECIA	128	128	100
HOLANDA	684	703	625
HUNGRÍA	149	150	130
IRLANDA	70	73	75
ITALIA	808	811	760
LETONIA	42,2	42	41
LITUANIA	50	51	50
POLONIA	612	625	557
PORTUGAL	135	136	114
REINO UNIDO	667	684	711
REPÚBLICA CHECA	175	175	150
RUMANIA	397	397	397
SUECIA	147	148	149
TOTALES	7.456	7.635	7.080

FUENTES: EUROSTAT y MAPA.

EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE GALLINAS PONEDORAS Y DE LA PUESTA MEDIA POR GALLINA EN ESPAÑA			
AÑO	NÚMERO DE GALLINAS EN PUESTA	HUEVOS PUESTOS AL AÑO	
	(Miles de unidades)	(Miles docenas)	(Unidades por gallina)
2016	43.612	1.098.619	309
2017	46.733	1.125.284	302
2018	43.583	1.110.275	301
2019	45.801	1.154.641	302,5

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	78.961	80.088	76.770	76.000
UE-28	7.509	7.456	7.635	7.080
ESPAÑA	814	762	847	833

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA.



cerca del 2,3% de la Producción Final Agraria y el 5,6% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ambos similares a los del año 2018.

Según datos de la Comisión Europea, se estima que el valor de la producción de huevos rondó los 8.095 millones de euros, cifra muy inferior a la del año anterior.

En los 28 Estados Miembros, la producción de huevos en 2019 se elevó hasta los 7 millones de toneladas (incluidos no sólo los huevos para consumo, sino también para incubar), un 7,3% menos que en el año anterior.

A pesar de no contar con el mayor censo, Francia fue el país con más producción de huevos (13%), seguido muy de cerca por Alemania (12%), Italia (11%) y España (11%). Asimismo, en 2019 el censo de gallinas ponedora de la UE rondaba los 413,2 millones de aves, una cifra superior en un 4% a la del año precedente. Alemania fue el país con mayor censo de gallinas en 2019 (casi 55 millones de animales), seguida de Polonia (49,4 millones) y de Francia (48,2 millones). España se situaba en el quinto lugar por censo de gallinas, tras el Reino Unido que ocupó el cuarto puesto.

Del censo total de la UE, un 47,8% eran gallinas en jaulas y el resto (52,2%) se criaban con sistemas de producción alternativos. Alemania, que es el país con mayor censo, es uno de los países que tiene menos gallinas en jaulas. ■

HUEVOS

En los últimos años, las empresas productoras y comercializadoras de huevos en España han experimentado grandes cambios, modernizando y adecuando sus sistemas de producción a las exigencias europeas e impulsando de manera decidida el comercio internacional.

La base productiva de la industria del huevo son las 1.389 granjas de producción que había en 2019, con cerca de 46 millones de gallinas ponedoras.

En los últimos años se ha ido reduciendo las granjas con gallinas alojadas en jaula, pero a pesar de ello siguen siendo las más numerosas. En 2019, el 77% de gallinas se criaban en jaulas (un año antes era el 82%); el 13% en el suelo; el 9% eran gallinas camperas y el 1% ecológicas. Las principales regiones productoras de huevos son

COMERCIO DE HUEVOS EN LA UE

La balanza comercial comunitaria en el sector del huevo tiene siempre un saldo positivo porque las exportaciones son mucho mayores que las importaciones. En 2019 además, las primeras aumentaron al tiempo que la segundas descendían.

Sin incluir los huevos para incubar, se exportaron a países terceros un total de 337.900 toneladas de huevos equivalente huevo coeficiente GATT (un 2% más que en 2018) y se importaron algo más de 23.340 toneladas (un 20% menos).

El país que más huevos importó en 2019 fue Dinamarca (casi la mitad de todas las compras) y el que más exportó Holanda (26% del total), seguida de Italia (21%). España se situó en el tercer lugar del ranking, con el 9% de las exportaciones comunitarias.

Por países, las importaciones de huevos de la UE procedieron en 2019 de Ucrania (53%), Estados Unidos (19%), Argentina (5,8%) y Albania (4,9%). Por su lado, desde la UE se exportaron huevos principalmente a Japón (23%), Suiza (12%) e Israel (3,6%). Asimismo, también se exportaron huevos a Tailandia, Mauritania, Corea del Sur, Taiwan, Malasia y Turquía, entre otros destinos. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Huevos Guillen, S.L. - Grupo	191
Dagu, S.A. - Grupo	93
Camar Agroalimentaria, S.L. - Grupo	70,1
Marcopolo Comercio, S.L.	62
Granja San Miguel, S.A.T.	58,5
Granja Bailón S.L.	58
S.A.T Granja Virgen del Rosario, S.L.	36,5
Corp. Alimentaria Guissona, S.A (*)	1.920 (1)
Interovo (Grupo)	25,89
Avícola Llombay, S.A.	28,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia.

Además de las granjas, en la estructura productiva del sector del huevo hay también unos 885 centros de empaque y unas 31 empresas de ovoproductos.

Atendiendo al volumen producido, nuestro país ocupa el tercer puesto dentro de la Unión Europea, por detrás de Alemania y Francia. El censo de gallinas ponedoras en la UE-28 rondó los 197,3 millones de cabezas en el año 2019. El 52,2% de estos animales se crió bajo métodos de producción alternativos a las jaulas. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tanto por su producción de huevos como por su facturación, la primera empresa de este sector es valenciana y su producción se situó en 2019 cerca de los 150 millones de docenas, un 6,8% menos que en el año anterior. La facturación de esta empresa rondó los 191 millones de euros.

La segunda empresa en el ranking tuvo una producción anual de 87 millones de docenas (superior a la del año precedente) y su facturación fue mucho más baja que la de la primera (93 millones de euros en 2019). Por su lado, el tercer grupo contó con una producción de 65 millones de docenas y la facturación superó ligeramente los 70 millones de euros.

La producción de las 10 primeras empresas del país superó en 2019 más de la mitad del total nacional.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, y controlan en torno al 50% de todas las ventas en volumen, aunque su importancia en valor resulta mucho menor.

Las asociaciones que operan en el sector son ASEPRHU (Asociación Española de Productores de Huevos), INOVO (Asociación Española de Industrias de Ovoproductos) y FEDEROVO (Federación Española de Empresas del Sector de la Producción de Huevos y Ovoproductos). Todas ellas forman parte de la organización Interprofesional del Huevo y sus Productos (INPROVO), junto a representantes de los productores. ■

COMERCIO EXTERIOR

Las empresas productoras de huevos tienen una clara vocación exportadora. En los últimos años ha pasado de

exportar el 10% de su producción, a vender más del 20%. En el año 2019, se exportaron 238.502 toneladas de huevos (equivalente a huevo cáscara), de los cuales el 87% fue a parar a los países de la UE y el resto a países terceros como Israel, Mauritania, Rusia y Guinea Ecuatorial. A pesar de ese predominio de las exportaciones intracomunitarias, el comercio exterior español del huevo se va orientando poco a poco hacia los mercados de países terceros.

Las provincias exportadoras más dinámicas en huevos de cáscara son Valladolid, Toledo, Huesca, Cuenca y Guadalajara.

En cuanto a las importaciones, su importancia en volumen y valor es mucho menor que el de las exportaciones. En el ejercicio 2019, las compras descendieron hasta las 77.249 toneladas (equivalentes huevo-cáscara), de las cuales el grueso procedió de la UE.

Nuestro principal proveedor fue Portugal, ya que muchas empresas españolas han establecido en ese país sus granjas productoras.

En conjunto, la Unión Europea exportó en el ejercicio 2019 unas 338.000 toneladas de huevos a los mercados internacionales. Los principales destinos fueron Japón, Suiza y Rusia. Las importaciones comunitarias apenas rondaron en 2019 las 24.000 toneladas anuales, provenientes sobre todo de Estados Unidos, Argentina e India. ■



OVOPRODUCTOS

Los ovoproductos no son sucedáneos del huevo, sino derivados que se obtienen tras procesar los huevos, para eliminar cualquier riesgo sanitario, alargar la vida útil y/o facilitar el manejo del huevo en industrias alimentarias, restauración y usos profesionales.

Los ovoproductos pueden ser de huevo entero (clara y yema) o sólo de una parte del huevo (clara o yema). Con ellos se evita tener que manipular las cáscaras y se adapta mejor su composición y características funcionales a las necesidades de los consumidores, según la Asociación Española de Industrias de Ovoproductos (INOVO).

En la Unión Europea solo pueden elaborar ovoproductos las industrias alimentarias autorizadas oficialmente para transformar huevos. Éstas están registradas en cada país (en España, la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición -AECOSAN- es la entidad encargada del registro nacional de industrias alimentarias) y a todas se les asigna un número identificativo. Su control corresponde a las autoridades de sanidad de las comunidades autónomas.

La materia prima para fabricación de ovoproductos son huevos de categoría A o B, en perfectas condiciones.

Los procesos básicos para la elaboración de ovoproductos suelen pasar por la obtención de huevo líquido, que luego se pasteuriza (bien entero, o por separado clara o yema), y se puede desecar después para hacer huevo en

polvo. Otro procesado habitual es la inmersión del huevo entero en agua caliente para obtener huevo cocido, que se vende pelado o sin pelar. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Alrededor de un 20% de la producción total de huevos acaba siendo transformado en ovoproductos.

La mayor parte de los operadores de este sector son filiales de compañías multinacionales y algunos de los grandes grupos españoles productores de huevos.

El sector de ovoproductos alcanza una producción conjunta que se acerca a las 130.000 toneladas, a las que hay que añadir otras 10.000 toneladas de huevos cocidos, en polvo y otros.

En nuestro país se encuentran en actividad unas 30 empresas dedicadas a la producción y comercialización de ovoproductos. El mercado de este tipo de ofertas está adquiriendo una gran importancia y muchas de las principales firmas están fortaleciendo esa línea de negocio.

El líder sectorial produce unas 35.000 toneladas anuales, mientras que el segundo y el tercero presentan unas producciones bastante similares, en torno a las 25.000 toneladas.

Las ventas de productos derivados del huevo en la distribución organizada subieron en 2019 tanto en volumen y como en valor. ■

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)



CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron un total de 6.132,0 millones de unidades de huevos y gastaron 899,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a unas 132,9 unidades de consumo y 19,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 133 unidades por persona y año), de los que 14,2 unidades fueron huevos ecológicos, mientras que el con-

sumo de huevos de otras aves fue de tan solo 3,3 unidades por persona al año. En términos de gasto, los huevos de gallina concentran el 99,0% del gasto, con un total de 19,3 euros por persona, y dentro de ellos los huevos de gallina ecológicos alcanzan 3,1 euros. Por su parte, los huevos de otras aves presentan un pequeño porcentaje del 1,0% y un total de 20 céntimos de euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	PER CÁPITA (unidades)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL HUEVOS	6.132,0	132,9	899,4	19,5
HUEVOS GALLINA	5.979,6	129,6	888,1	19,3
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	657,0	14,2	142,8	3,1
HUEVOS OTRAS AVES	152,4	3,3	11,4	0,2



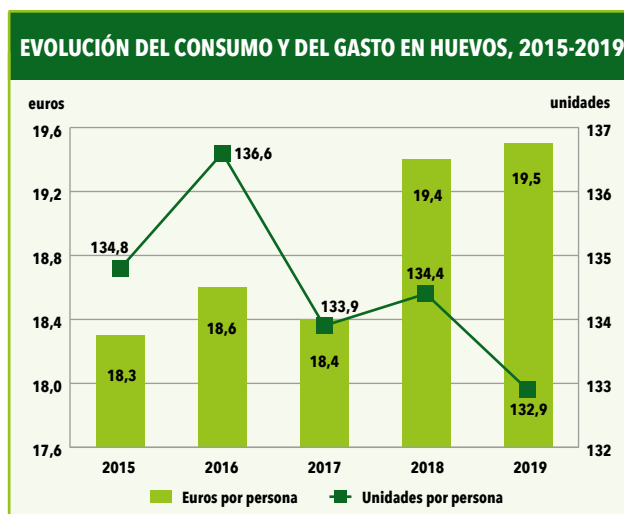
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de huevos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

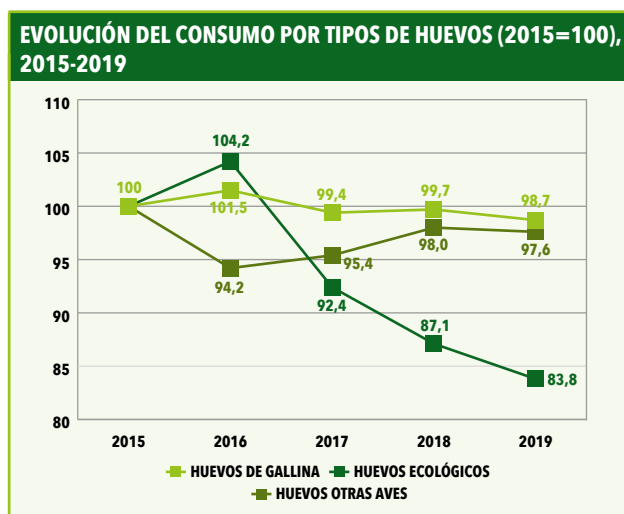
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de huevos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de huevos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de huevos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de huevos, mientras que los índices son más reducidos en los hogares que tienen cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de huevos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 100.000 a 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, País Vasco y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Extremadura y Navarra. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

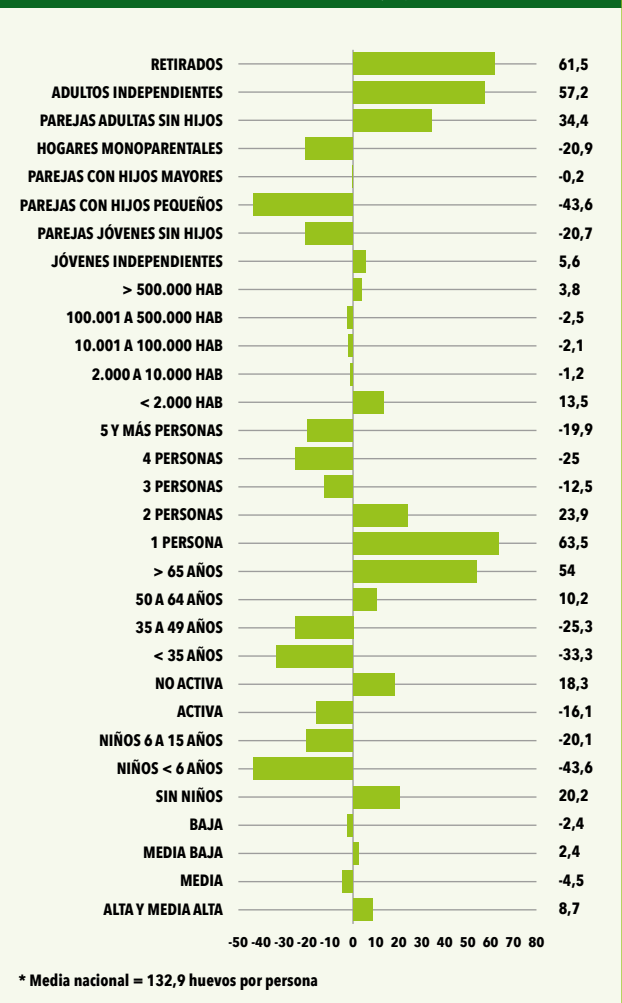
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos se ha mantenido bastante estable por persona (ha disminuido en 2 unidades) y el gasto ha aumentado en 1,2 euros por consumidor. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produce en el año 2016 (136,6 unidades) mientras que el gasto más elevado aparece en 2019 con 19,5 euros por consumidor.



En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de huevos de gallina y de otras aves disminuye ligeramente, mientras que en el caso de huevos de gallina ecológicos se produce un descenso más acusado. ■

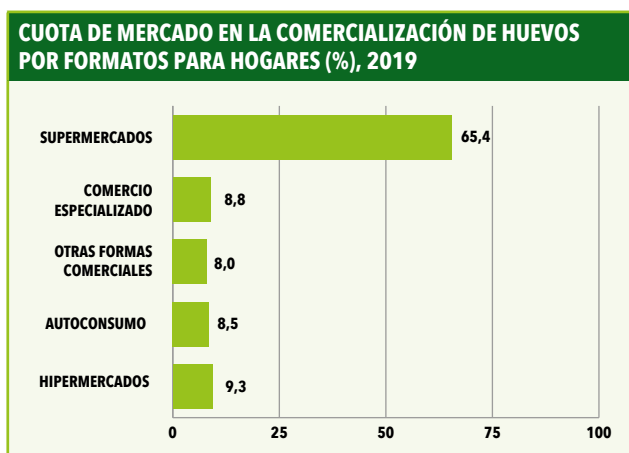


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HUEVOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (65,4% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 8,8%, el hipermercado representa el 9,3%, y el autoconsumo el 8,5%. Finalmente, las otras formas comerciales concentran un 8,0% de la cuota de venta global. ■



PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA



La producción pesquera mundial (peces, crustáceos y moluscos incluidos) ronda los 170 millones de toneladas anuales, de los que la acuicultura aporta ya el 47% del total. Si sólo se tienen en cuenta las capturas destinadas a la alimentación humana, la acuicultura supera el 54% de toda la producción mundial, lo que da una idea de su importancia económica y social.

Sólo 25 países pescan el 81% de las capturas a nivel mundial. China es la principal potencia productora, con más de 15 millones de toneladas y España está situada en el decimonoveno lugar a nivel mundial, con algo más de 900.000 toneladas de capturas.

La especie pesquera más capturada en el mundo es el colín de Alaska, pero entre las más pescadas se encuentran también especies tan populares como el jurel o el bacalao. Por su lado, las principales producciones acuícolas a nivel mundial son las carpas (herbívora, plateada común y cabezona), la tilapia y el salmón. Entre los crustáceos, destacan el camarón patiblanco, los cangrejos (de las marismas y chino) y el langostino.

Dentro de los moluscos, los primeros lugares están ocupados por ostiones, almejas japonesas, peines y mejillo-

nes. También China es la principal productora acuícola a nivel mundial, seguida de India e Indonesia. ■

SECTOR PESQUERO EN EL MUNDO

En el mundo cada vez hay menos personas que se dedican a la pesca y más que se dedican a la acuicultura. El grueso de los trabajadores en acuicultura se encuentran en Asia, con China a la cabeza ya que es el primer productor mundial.

La flota pesquera mundial está compuesta por unos 4,5 millones de embarcaciones, de las que un 75% se encuentran en Asia; un 14% en África; un 6% en América Latina y el Caribe; un 2% en América del Norte; un 0,5% en Oceanía y un 2,5% en Europa.

En la Unión Europea (UE), a comienzos de 2020 había registrados 81.071 buques de pesca, de los cuales un 7,3% correspondían a la flota del Reino Unido, que deja de ser parte de la UE. De los 27 países comunitarios, 22 cuentan con flota pesquera y es Grecia, con el 18,4% del total de la flota registrada, el país con un mayor número de barcos. Por detrás de Grecia en cuanto a número de barcos, se encuentran Italia (14,9% de la flota) y España (10,9%).

Entre la pesca, que es la que más empleo genera, y la acuicultura, en la UE (incluido Reino Unido), hay 151.490 personas que trabajan en el sector pesquero.

Como ocurre para la ganadería y la agricultura, la pesca cuenta con una Política Pesquera Común (PPC), que se basa en la necesidad de garantizar una explotación ambientalmente sostenible de los recursos biológicos marinos y la viabilidad del sector a largo plazo.

Para alcanzar este objetivo, la Unión ha adoptado legislación sobre el acceso a las aguas de la Unión, la asignación y el uso de los recursos, los totales admisibles de capturas, la limitación del esfuerzo pesquero y medidas técnicas. ■

SECTOR PESQUERO EN ESPAÑA

La flota pesquera nacional representa el 21,5% de la capacidad total de la flota europea y está compuesta por 8.884 embarcaciones, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). De esta cifra, 8.587 son barcos que operan en el caladero nacional.

En el sector pesquero hay empleados unas 55.500 personas, de las cuales el 53% lo estarían en la pesca, el 23% en acuicultura y el 24% en labores de transformación del pescado. Precisamente, España es el país europeo que tiene más personas trabajando en el sector transformador de pescado, muy por delante del segundo país que es Portugal.

La Confederación Española de Pesca (CEPESCA), fue creada en 2007 y es la organización empresarial pesquera de ámbito nacional más importante de toda Europa y una de las más representativas del mundo.

Está formada por 37 asociaciones de armadores de pesca, 800 empresas pesqueras, 861 buques, 10.000 trabajadores (tripulantes). Los barcos de los socios de CEPESCA tienen un arqueo de 311.674,88 GT y controlan el 50% de las capturas a nivel nacional.

En ese sentido, la asociación agrupa al 95% de la flota de altura, un porcentaje elevado de la flota de bajura de mediano porte y un 64% del volumen total del tonelaje de arqueo (GT) de la flota española. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio internacional de productos pesqueros cumple un papel esencial para promover el consumo de pescado y asegurar la seguridad alimentaria mundial. En torno al 35% de toda la producción pesquera mundial se



destina al comercio internacional, aunque ese porcentaje crece en ocasiones en función de la cantidad de harina de pescado que se exporta.

La proporción de productos pesqueros destinados al consumo humano ha crecido desde el 11% en 1976 al 27% actual. Se exportan anualmente unos 60 millones de toneladas de pescado y productos pesqueros, de los que corresponden a las ventas exteriores de China un 14%.

Otros países que destacan por su exportación son Noruega, Vietnam, Tailandia y Estados Unidos. De hecho, los 10 primeros países exportadores del mundo acaparan una cuota de mercado superior al 52%.

En el lado contrario, los países que más pescados y productos de la pesca importan en el mundo son Estados Unidos (más del 15% del total), Japón y China.

España está entre los diez países que más pescado importa, a pesar de ser también una potencia pesquera. El consumo doméstico y el turismo hacen que la demanda supere ampliamente a la capacidad productiva del sector, por lo que resulta imprescindible acudir a las importaciones. De hecho, dos de los cinco productos agroalimentarios más importados por España proceden de la pesca: los moluscos y los crustáceos.

En 2019, las exportaciones de productos del sector (pesca, acuicultura conservas, harinas y aceites de pescado) sumaron algo más de 1,1 millones de toneladas, por un valor de 4.095,6 millones de euros, mientras que ese mismo año las importaciones alcanzaron un valor de 7.167,1 millones de euros y un volumen de 1,74 millones de toneladas, según los datos de Comercio.

Estas cifras arrojan un saldo comercial negativo de casi 3.071 millones de euros y una baja tasa de cobertura (57,1%). Las exportaciones se dirigen preferentemente a otros países de la UE (67% del total), mientras que también el 70% de las importaciones proviene de terceros países. ■

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS DE LA PESCA

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 1.039,3 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 8.997,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 22,5 kilos de consumo y 195,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (9,8 kilos por persona y año), lo que representa un 43,6% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,4 kilos per cápita y 19,6% de consumo) y de marisco y molusco fresco (3,3 kilos per cápita y 14,7% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan consumos menores, alcanzando los 2,8 kilos por persona al año (12,4% del consumo total

de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 2,3 kilos per cápita y el 10,2% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 39,9%, con un total de 77,8 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 23,2% y un total de 45,2 euros por persona. A continuación, se encuentran los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, con un porcentaje del 14,2% y 27,8 euros por persona; y el marisco y molusco fresco, que alcanza el 13,5% del gasto total en productos de la pesca (26,3 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,2% y 17,9 euros por persona y año. ■

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PESCA	1.039,3	22,5	8.997,1	195,1
PESCADOS	555,3	12,0	4.415,1	95,7
PESCADOS FRESCOS	450,2	9,8	3.590,2	77,8
PESCADOS CONGELADOS	105,2	2,3	824,9	17,9
MERLUZA Y PESCADILLA	118,2	2,6	906,2	19,6
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	78,3	1,7	618,5	13,4
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	39,9	0,9	287,7	6,2
SARDINA Y BOQUERÓN	58,2	1,3	293,2	6,4
BOQUERONES FRESCOS	38,8	0,8	196,3	4,3
SARDINAS FRESCAS	18,3	0,4	91,4	2,0
ATÚN Y BONITO	22,5	0,5	216,9	4,7
TRUCHA FRESCA	11,5	0,2	77,2	1,7
LENGUADO	30,1	0,7	304,3	6,6
LENGUADO FRESCO	27,7	0,6	279,2	6,1
LENGUADO CONGELADO	2,4	0,1	25,1	0,5
BACALAO	41,6	0,9	387,1	8,4
BACALAO FRESCO	25,0	0,5	228,5	5,0
BACALAO CONGELADO	16,5	0,4	158,6	3,4
CABALLA FRESCA	13,8	0,3	59,3	1,3
SALMÓN	58,3	1,3	620,4	13,5
SALMÓN FRESCO	53,1	1,2	540,6	11,7
SALMÓN CONGELADO	5,2	0,1	79,8	1,7
LUBINA	27,8	0,6	231,2	5,0
DORADA	30,5	0,7	238,1	5,2
RODABALLO	4,5	0,1	50,5	1,1
RAPE	14,3	0,3	161,1	3,5

Productos de la pesca y la acuicultura

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2019				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PESCA	1.039,3	22,5	8.997,1	195,1
OTROS PESCADOS	124,2	2,7	869,6	18,9
OTROS PESCADOS FRESCOS	83,0	1,8	595,9	12,9
OTROS PESCADOS CONGELADOS	41,2	0,9	273,6	5,9
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	280,5	6,1	2.497,9	54,2
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS CONGELADOS	99,8	2,2	992,1	21,5
MARISCO Y MOLUSCOS FRESCOS	152,1	3,3	1.213,0	26,3
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	28,5	0,6	292,8	6,3
ALMEJAS Y BERBERECHO	22,2	0,5	200,6	4,4
ALMEJAS CONGELADAS	6,4	0,1	42,5	0,9
BERBERECHOS CONGELADOS	0,1	0,0	1,3	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	15,8	0,3	156,9	3,4
MEJILLÓN	47,5	1,0	131,5	2,8
MEJILLÓN CONGELADO	1,7	0,0	11,3	0,2
MEJILLÓN FRESCO	45,8	1,0	120,2	2,6
CALAMARES Y PULPO	61,6	1,3	547,8	11,9
CALAMARES CONGELADOS	19,7	0,4	164,1	3,6
PULPO CONGELADO	3,4	0,1	37,9	0,8
CALAMAR Y PULPO FRESCO	38,4	0,8	345,8	7,5
GAMBAS Y LANGOSTINOS	83,9	1,8	924,3	20,0
GAMBAS Y LANGOSTINOS CONGELADOS	52,8	1,1	566,4	12,3
GAMBAS Y LANGOSTINOS COCIDOS	17,8	0,4	188,0	4,1
GAMBAS Y LANGOSTINOS FRESCOS	13,3	0,3	169,9	3,7
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	65,2	1,4	693,7	15,0
OTROS MARISCOS CONGELADOS	15,7	0,3	168,7	3,7
OTROS MARISCOS COCIDOS	10,7	0,2	104,8	2,3
OTROS MARISCOS FRESCOS	38,8	0,8	420,2	9,1
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	203,5	4,4	2.084,1	45,2
SARDINAS	10,9	0,2	86,9	1,9
ATÚN	99,8	2,2	812,3	17,6
CHICHARRO Y CABALLA	6,3	0,1	55,8	1,2
MEJILLONES	14,0	0,3	119,6	2,6
BERBERECHOS	4,2	0,1	75,2	1,6
ALMEJAS	1,1	0,0	13,8	0,3
CALAMARES	4,7	0,1	37,6	0,8
PULPO	0,4	0,0	3,9	0,1
ANCHOAS	4,2	0,1	86,0	1,9
SALMÓN AHUMADO	7,0	0,2	178,7	3,9
TRUCHA AHUMADA	0,2	0,0	4,6	0,1
OTROS AHUMADOS	3,0	0,1	46,4	1,0
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	47,7	1,0	563,3	12,2
PESCADO SALADO	11,4	0,2	145,3	3,2

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

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

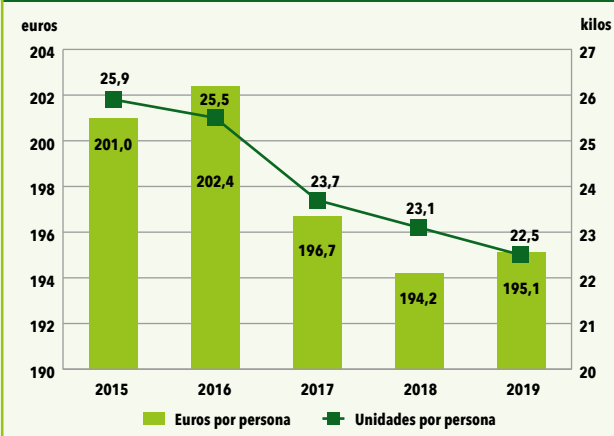
En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos por encima de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas con hijos mayores y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y entre los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y Castilla y León cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Extremadura y Canarias. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

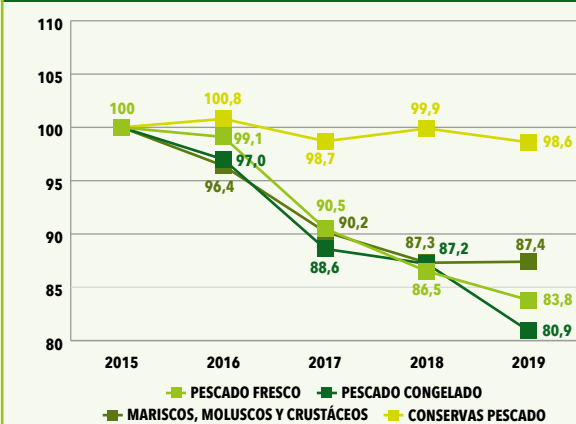
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca ha caído 3,4 kilos por persona y el gasto ha descendido 5,9 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produce en el año 2015 (25,9 kilos por persona) mientras que el mayor gasto también tiene lugar en el 2015 (201,0 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PESCADO, 2015-2019



En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque en todos los casos se produce un descenso. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de conservas de pescado prácticamente se mantiene constante mientras que, por el contrario, en pescado fresco y congelado, y en mariscos, moluscos y crustáceos, se producen un descensos significativos. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PESCADO (2015=100), 2015-2019



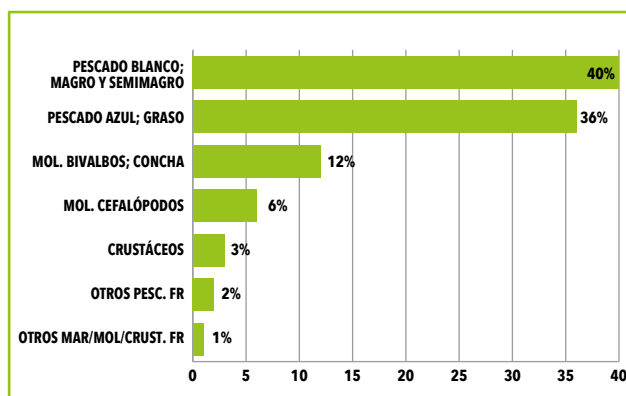
COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2019 (PORCENTAJES)

FRUTAS	
Pescado blanco; magro y semimagro	40%
<i>Merluza</i>	10%
<i>Pescadilla</i>	4%
<i>Dorada</i>	5%
<i>Lubina</i>	4%
<i>Bacaladilla</i>	4%
<i>Rape</i>	2%
<i>Gallo</i>	2%
<i>Bacalao</i>	2%
<i>Lenguado</i>	1%
<i>Rodaballo</i>	1%
Otros	5%
Pescado azul; graso	36%
<i>Boquerón</i>	10%
<i>Salmón</i>	8%
<i>Sardina</i>	6%
<i>Túridos</i>	4%
<i>Jurel</i>	2%
<i>P. Espada</i>	2%
<i>Caballa</i>	1%
Otros	3%
Moluscos bivalvos; concha	12%
<i>Mejillón</i>	8%
<i>Chirla</i>	2%
<i>Almeja</i>	1%
Otros	1%
Moluscos cefalópodos	6%
<i>Calamar</i>	3%
<i>Sepia</i> 2%	1%
Otros	1%
Crustáceos	3%
<i>Gamba</i>	1%
<i>Cigala, Langostino, Nécora</i>	1%
Otros	1%
Otros pescados Frescos	2%
Otros mariscos/moluscos/crustáceos frescos	1%

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2019

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	1.845	14,1
Mercalicante	3.546	24,1
Mercasturias	1.633	11,1
Mercabadajoz	243	1,5
Mercabarna	209.111	1.577,2
Mercabilbao	24.355	166,9
Mercacórdoba	5.889	24,6
Mercagranada	8.689	38,7
Mercairuña	3.092	24,1
Mercajerez	217	1,0
Mercalaspalmas	1.959	11,9
Mercaleón	1.059	7,5
Mercamadrid	171.192	1.262,5
Mercamálaga	38.295	192,3
Mercamurcia	9.335	81,5
Mercapalma	8.954	60,8
Mercasalamanca	326	2,0
Mercasevilla	44.038	235,0
Mercavalencia	106.942	742,4
Mercazaragoza	31.371	216,8
TOTAL	672.091	4.695,9

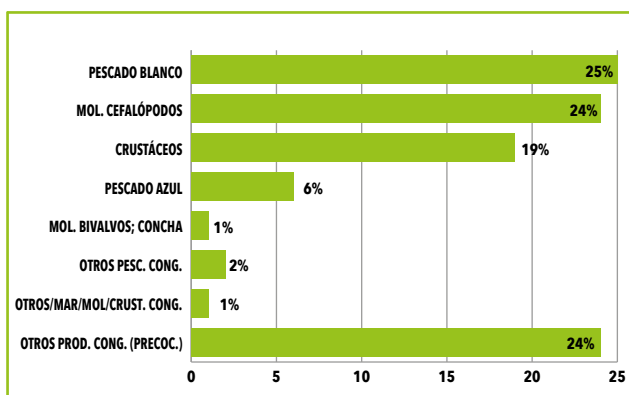
FUENTE: Mercasa



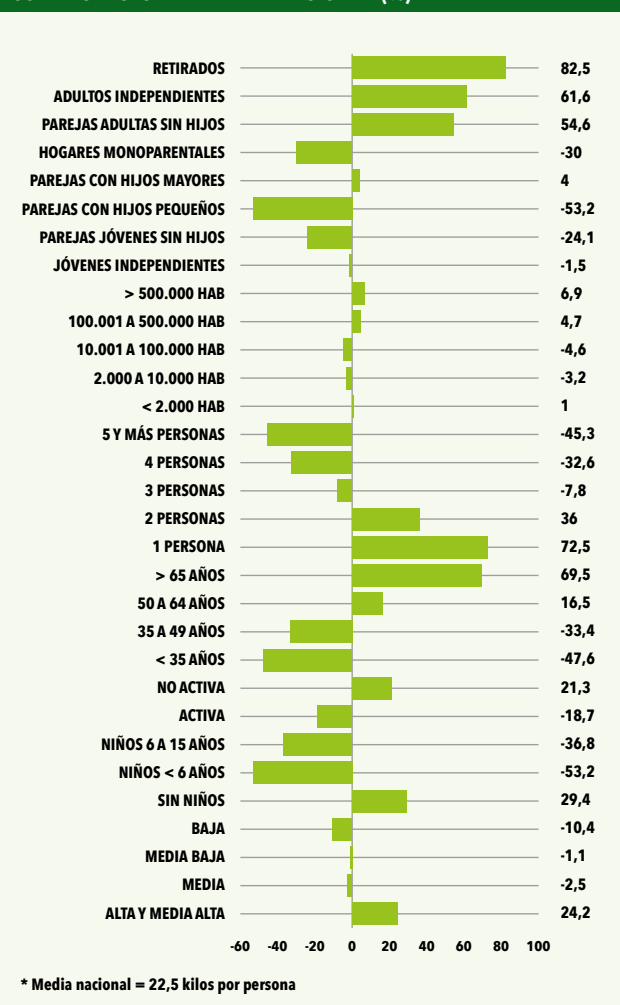
COMERCIALIZACIÓN DE DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS 2019 (PORCENTAJES)

FRUTAS

Pescado blanco	25%
<i>Merluza</i>	11%
<i>Pescadilla</i>	4%
<i>Lenguado</i>	3%
<i>Bacalao</i>	3%
<i>Rape</i>	1%
<i>Rosada</i>	1%
Otros	2%
Mol. Cefalópodos	24%
<i>Calamar</i>	12%
<i>Sepia</i>	8%
<i>Pulpo</i>	2%
Otros	2%
Crustáceos	19%
<i>Langostino</i>	8%
<i>Gamba</i>	8%
<i>Cigala</i>	2%
Otros	1%
Pescado azul	6%
<i>P. Espada</i>	3%
<i>Tiburón</i>	1%
<i>Túnicos</i>	1%
<i>Salmón</i>	1%
Mol. Bivalvos; Concha	1%
Otros Pesc. Cong.	2%
Otros/Mar/Mol/Crust. Cong.	1%
Otros Prod. Cong. (precoc.)	24%



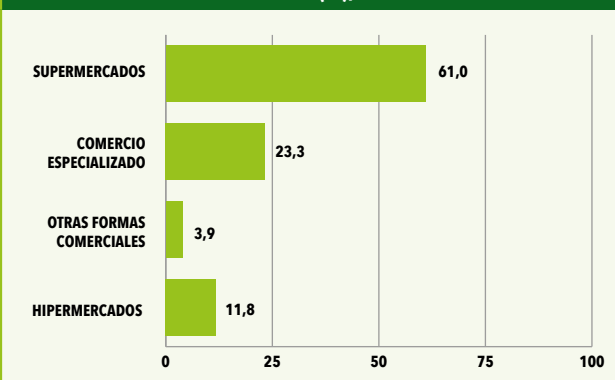
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PESCA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (61,0% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 23,3%, mientras que el hipermercado concentra el 11,8%. Las otras formas comerciales acaparan el 3,9% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



PESCADO Y MARISCO FRESCO

Los buques pesqueros españoles capturaron durante el último año computado, un total de 388.386 toneladas de peso vivo, destinadas al consumo humano, según datos oficiales. El valor estimado de todas estas capturas se acercó a los 1.056 millones de euros. Estas cifras suponen unos retrocesos interanuales del 8,7% en volumen y del 4,4% en valor.

Por partidas, destaca la constituida por los peces, ya que superan las 358.223 toneladas y los 746,2 millones de euros. A continuación se sitúan los moluscos, con 19.978 toneladas y 151,3 millones de euros, seguidos por los crustáceos, con unas capturas de 9.430 toneladas, por un valor de casi 154,3 millones de euros. Otras capturas de la flota pesquera, fundamentalmente erizos de mar y otros equinodermos, alcanzan las 755 toneladas y los 4,8 millones de euros. El pescado destinado a su consumo en fresco representa el 42,3% de todas las capturas de nuestra flota pesquera, un porcentaje inferior al del año anterior.

Dentro de las partidas destinadas al consumo en fresco, la partida más importante en volumen es la formada por peces pelágicos diversos, con un volumen de 120.829 toneladas y un valor de 108,7 millones de euros. La partida más importante por su valor fue la de merluzas y bacalao, que alcanzó un valor de 179,7 millones de euros con solo 68.831 toneladas capturadas.

Por su lado, la partida de los arenques, sardinas y anchoas fue otra de las destacadas, con 89.649 toneladas y un valor de 137,7 millones de euros y también fue muy importante la partida de atunes, bonitos y agujas (34.730 toneladas y 131,2 millones de euros).

Por debajo de éstas, aparecen los peces costeros diversos (18.707 toneladas y 75,2 millones de euros), peces demersales diversos (13.341 toneladas y 63 millones de euros), los tiburones, rayas y quimeras (7.368 toneladas y 13 millones de euros) y las platijas, halibuts y lenguados (6.017 toneladas y 34 millones de euros).

Entre los moluscos, el principal grupo es el de los calamares, jibias y pulpos, (con 13.747 toneladas y cerca de 102 millones de euros), seguido por almejas, berberechos y arcas (5.616 toneladas y 45,5 millones de euros). Finalmente, en el grupo de los moluscos para su consumo en vivo, la partida más importante es la de gam-



bas y camarones (con 5.994 toneladas y 118 millones de euros), seguida por las de bogavantes y langostas (16,1 millones de euros) y cangrejos y centollas (7,8 millones de euros). ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los diferentes caladeros nacionales faenan un total de 8.972 buques, de los cuales la mayor parte faena en el caladero nacional y sólo un 4% en aguas comunitarias

PRINCIPALES EMPRESAS DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova, S.L	1.057
Grupo Ibérica de Congelados, S.A (Iberconsa) *	370
Pescapuerta Grupo *	250,1
Grupo Profand, S.L	296
Grupo Pereira	163
Fandicosta Grupo	122,9
Mascato	233
Interatlantic Fish Grupo	90
Congelados y frescos del Mar (Confremar) Grupo*	179,5
Iceland Seafood Ibérica Grupo.	193,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

e internacionales, según los datos de CEPESCA correspondientes al año 2018.

Ese 4% de los barcos de caladeros internacionales aglutinan más del 60% de las capturas totales en España.

Por artes de pesca, aproximadamente 7.150 buques corresponden a artes menores, fijas y redes de enmalle; 922 se encuadran en el arte de arrastre; 580 son de cerco y 320 de palangre, tanto de superficie como de fondo.

En cuanto al empleo, el sector pesquero generó 31.473 directos en 2018, según CEPESCA. Ese año, las mujeres ya representaban el 17,28% de los empleos, un porcentaje que se ha conseguido gracias a las políticas de inserción desarrolladas por España y Europa, además de los planes y proyectos de las empresas.

No obstante, el sector de la pesca tiene dos grandes problemas: la antigüedad de la flota pesquera y la escasez de tripulantes. Desde CEPESCA se ha puesto en marcha un Plan Estratégico para atraer mano de obra al sector y facilitar la contratación de personas de fuera de España. En cuanto a la renovación de la flota, CEPESCA considera necesario renovar los más de 2.700 barcos que supe-

ran los 40 años de edad, y que se dedican a la pesca con artes menores.

Aproximadamente el 70% del pescado comercializado en fresco en España lo hace en unas 180 lonjas de pescado, de las que tres cuartas partes están gestionadas por las cofradías de pescadores.

Por su parte, en la red de mercados de MERCASA se comercializan en torno a unas 300.000 toneladas de pescado fresco y 96.000 toneladas de marisco fresco al año. ■

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de pescados frescos y refrigerados es claramente negativa para España, como ocurre en prácticamente todos los productos de mar. Las demandas internas son muy superiores a la capacidad productiva del sector y resulta preciso recurrir a unas importaciones masivas. Así, durante el ejercicio 2019, se importaron 241.097 toneladas de pescados frescos y refrigerados, por un valor de 1.135,7 millones de euros, mientras que las exportaciones se situaron en algo menos de 87.830 toneladas, cuyo valor rondó los 474,7 millones de euros.

De esta manera, el saldo comercial negativo para España se acercó a los 660,9 millones de euros, mientras que la tasa de cobertura fue de apenas el 41,8%.

Con respecto al año 2018, las exportaciones descendieron en volumen un 8,7%, mientras que las importaciones aumentaron 6%.

El comercio de pescado fresco y refrigerado es esencialmente intraeuropeo, ya que nuestros principales proveedores son Portugal, Holanda, Francia y Reino Unido, mientras que los mercados de destino más importantes son Portugal, Francia y Alemania.

Una excepción a esta regla es el comercio con Marruecos, desde donde llega una importante partida de peces frescos para el mercado español.

En el caso de la partida de filetes y carnes de pescado, independiente a efectos de comercio de la pescado fresco y refrigerado, se registran también unos resultados negativos. En 2019, España importó 191.873 toneladas por un valor de 815 millones de euros y exportó 60.706 toneladas, por un valor de 396,8 millones de euros. La balanza comercial registró, por tanto, un saldo comercial negativo en este subsector de filetes y carnes de pescado, de 416,2 millones de euros. ■



ACUICULTURA

Las producciones acuícolas son la causa principal que ha contribuido al enorme aumento de las producciones pesqueras mundiales durante los últimos años. A nivel mundial, en el año 2000 la producción de la acuicultura representaba el 25% de la producción total y dos décadas después, ese porcentaje llega casi al 48%. Hay muchos países en los que las producciones acuícolas superan a la capturas de pescados.

En España, la producción del sector de la acuicultura no para de crecer y de batir sus propios récords. Según los datos de APROMAR (Asociación Empresarial de Acuicultura de España), la cosecha de acuicultura ascendió a un total de 348.395 toneladas, por un valor de 472,3 millones de euros. Para producir estas cantidades, las empresas necesitaron consumir más de 140.050 toneladas de pienso de acuicultura.

De la producción total, un 77,5% son moluscos; un 22,3% peces y el restante 0,1% algas. En 2019, la principal especie producida fue el mejillón (273.600 toneladas), seguido por la lubina (26.740 toneladas), la trucha arco iris (18.856 toneladas) y la dorada (13.200 toneladas).

Otras producciones acuícolas marinas de España son el rodaballo (7.980 toneladas), la corvina (3.400 toneladas) y el lenguado (845 toneladas). Asimismo, hay producción en acuicultura de atún rojo, almeja japonesa y berberechos.

PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

El sector de productos del mar congelados cerró en el año 2019 un ciclo de tres años excepcionales en los que creció a buen ritmo. Las producciones de las distintas pesquerías no fallaron y a nivel comercial, los precios y los márgenes comerciales se pudieron mantener, con algunas excepciones negativas como la del pulpo, el langostino o el gambón argentino.

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado algo más de 525.345 toneladas de

Por otro lado, en la acuicultura continental, la principal producción es la de la trucha arco iris (17.000 toneladas), seguida a mucha distancia por las anguilas y los esturiones. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según APROMAR, en el sector hay trabajando 4.100 personas del sector de la acuicultura marina española, distribuidos en 323 establecimientos de producción de todo el país. A pesar del crecimiento de la producción en acuicultura, el número de establecimientos lleva años retrocediendo. Los últimos datos disponibles cifran en menos de 5.100 los establecimientos de acuicultura y de esta cifra, 4.793 lo eran de moluscos, 187 granjas de acuicultura continental, 79 establecimientos en costa, playas, zonas inter-mareales y esteros, y 41 en viveros en el mar para el cultivo de peces. El sector acuícola está controlado por grandes grupos pesqueros, ya que se trata de un sector que precisa fuertes inversiones para alcanzar su rentabilidad. Una excepción notable la constituye la producción de mejillón, concentrada en forma muy significativa en Galicia. Existen 3.330 parques productores de mejillón en esa comunidad autónoma, formados por muchas pequeñas y medianas explotaciones. Además, el sector de la acuicultura también está representado en la producción ecológica con tres empresas registradas en el año 2019. ■

pescados destinados a ser comercializados como congelados, cuyo valor se acercó a los 780,8 millones de euros. Estas cifras significaron un aumento en volumen del 2,7% y una caída en valor espectacular: 24,8%.

La partida más importante de las capturas destinadas a ser congeladas fue la de los peces, con 503.069 toneladas y 688,2 millones de euros, seguida por la de los moluscos (17.092 toneladas y 43,3 millones de euros) y la de los crustáceos (5.174 toneladas y 49,2 millones de euros).

Otros productos marinos congelados sumaron apenas 10 toneladas y 44.540 euros.

En el grupo de los peces congelados destacaron los atunes, bonitos y agujas, (con 310.837 toneladas y 456 millones de euros), seguidos por bacalaos, merluzas y eglefinos (con 103.512 toneladas y 114 millones de euros), tiburones, rayas y quimeras, (51.518 toneladas y 56 millones de euros) y peces demersales diversos (22.186 toneladas y 27,8 millones de euros).

Entre los moluscos los primeros son los calamares, jibias y pulpos (16.970 toneladas y 43 millones de euros). A mucha distancia aparece una partida de moluscos marinos diversos (20,3 toneladas y 74.530 euros).

Finalmente, en el grupo de los crustáceos destacaron las gambas y camarones (4.485 toneladas y 46,7 millones de euros), seguidos por cangrejos y centollos (531 toneladas) y bogavantes y langostas (158 toneladas). También se produjeron ese año 10 toneladas de erizos de mar congelados, un volumen notablemente más bajo que el del año anterior. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial español de productos pesqueros congelados está compuesto por unas 180 industrias que registran una facturación de casi 5.760 millones de euros y generan más de 12.500 empleos. También existen en el sector unas 2026 empresas comercializadoras de pescados congelados, con una facturación de 4.158,5 millones de euros.

La mayoría de esas empresas (158) se encuentran radicadas en Galicia, con una cuota del 43,8% del total facturado por todo el sector (4.793 millones de euros) y 6.868 empleos (el 35% del total del sector).

A mucha distancia se sitúan Cataluña (15% del total facturado), Andalucía (10%), Comunidad Valenciana (7%) y la Comunidad de Madrid (5,8%).

La Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y Acuicultura (CONXEMAR) representa los intereses de las empresas del sector del pescado congelado en España. En CONXEMAR están asociadas 241 empresas asociadas a las que representa suman, en conjunto, una facturación anual de 10.947 millones de euros y más de 19.600 empleos directos.

Según sus datos, CONXEMAR representa al 76% de la facturación total del sector industrial de congelados de pescado y el 71% del empleo directo.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova *	1.057
Grupo Ibérica de Congelados, S.A. *	370
Ultracongelados Virto, S.A.	340
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	210
Grupo Profand, S.L.	296
Pescapuerta, S.A. - Grupo	250,1
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	250
Mascato, S.A.	233
Congelados de Navarra, S.A.	223
Congelados y frescos del mar, S.A. - Grupo	179,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

El sector empresarial se encuentra dominado por los principales grupos pesqueros de nuestro país, quienes también incursionan en otros sectores dentro de los productos congelados. En 2019, el grupo líder registra una facturación de 1.080 millones de euros (un 7% más), mientras que el segundo se quedó en 370 millones de euros, el tercero rondó los 250 millones de euros, el cuarto se situó en 290 millones de euros y el quinto supera los 163 millones de euros.

Según los datos de la consultora IRI, las ventas de pescado y marisco congelado y preparado en el canal retail (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados) superaron en 2019 los 115,1 millones de euros, casi 10 millones más que un año antes. De esta cifra, 60,6 millones correspondieron a los pescados, con la merluza en cabeza, y el resto a mariscos y otros productos como el calamar.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado (segmento retail), ya que controlan el 64,6% de todas las ventas en volumen, frente a una cuota del 29,5% de la primera oferta marquista. En el caso del pescado y marisco preparado, la cuota de mercado MDD fue del 63,7%, por encima del año anterior. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos pesqueros congelados constituye una excepción dentro del sector pesquero, pues las exportaciones superan con mucho a las impor-

taciones. El año 2019, no obstante, no fue bueno para las ventas de estos productos.

Según los datos de Comercio Exterior, las exportaciones de pescado congelado en el año 2019 sumaron 346.225 toneladas, por un valor de 752,6 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año 2018 se observó un aumento del 4,5% en volumen y del 0,5% en valor.

Por su parte, las exportaciones totalizaron un monto de 417.413 toneladas, por un valor de 744,5 millones de euros. En este caso se produjo una caída de las ventas del 7,7% en valor y del 5,8% en volumen.

Dentro de las exportaciones, el grueso se correspondió con ventas fuera de la Unión Europea. Los principales clientes de las exportaciones españolas de pescado congelado fuera de la UE fueron Mauricio, Ecuador, Seychelles y Costa de Marfil.

También las importaciones tuvieron un origen predominantemente extracomunitario. Los principales proveedores fueron China, Argentina, Marruecos, Ecuador, Vietnam y Chile. ■



CONSERVAS DE PESCADO

España es el primer país productor de conservas de pescado y mariscos de la Unión Europea y está también entre los primeros países exportadores del mundo.

El sector de las conservas de pescado y marisco frenó su crecimiento en 2019, después de más de un lustro en positivo. La producción se redujo finalmente por la caída de las exportaciones como consecuencia de un aumento de la competencia de otros países productores, especialmente en el sector de los túnidos. La industria lleva años intentando renovar el lineal en base de la salud y la calidad.

Según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas y Mariscos (ANFACO-CECOPECA) la producción española de conservas de pescado llegó durante 2019 hasta cerca de las 352.112 toneladas, lo que supuso un descenso del 0,4%. Por el contrario, el valor de estas producciones aumentó un 0,3% hasta alcanzar los 1.674,6 millones de euros.

La principal conserva de pescado producida y exportada por España es la de atún. Supone el 67% de la produc-

ción de esta conserva a nivel comunitario. En 2019, la bajada del precio internacional de este pescado fue un alivio para la empresas del ramo.

La producción de túnidos en conserva o semiconserva creció un 1,1% en volumen durante 2019, hasta llegar a 241.558 toneladas, por un valor de 996,6 millones de euros. Las conservas de los distintos tipos túnidos representaron casi el 69% de toda la producción española de conservas de pescado y marisco en volumen.

A bastante distancia de los túnidos se situaron las conservas de sardinas y sardinillas, con 23.479 toneladas (-4,4%) y 100,1 millones de euros (-5%); de mejillones, con 14.406 toneladas (+2,5%) y 122,9 millones de euros (+2,9%) y de caballa, con 13.857 toneladas (-11,7%) y 63,5 millones de euros (-13%). Por debajo de éstas aparecen las conservas de calamares y chipirones (6.308 toneladas y 36,6 millones de euros), berberechos (5.065 toneladas y 82,4 millones de euros), almejas (1.311 toneladas y 14,5 millones de euros), pulpo (733 toneladas

y 8,3 millones de euros) y navajas (786 toneladas y 11,8 millones de euros).

Todas las otras conservas (zamburiñas, huevas, melva, jurel, bacalao, algas, etc.) suponen otras 31.468 toneladas y 135 millones de euros (+12,4%). Además de todas estas producciones, hay en España una producción importante de semiconservas de anchoa (unas 13.1100 toneladas). ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector empresarial español de conservas de pescado conviven dos realidades bastante diferentes. Por una parte, existe una base formada por un número notable de pequeñas y medianas empresas, con cifras de producción bastante reducidas y por otra, hay pocos grandes grupos que acaparan el grueso de las ventas. La mayoría de estos grandes grupos siguen siendo españoles, aunque ya empiezan a entrar en el sector operadores internacionales.

La vocación exportadora constituye un rasgo compartido por los dos niveles empresariales, ya que el volumen de producción es muy superior a la demanda del mercado nacional.

España es el segundo productor mundial de conservas de pescado, sólo superada por Tailandia.

La primera empresa del sector registró en 2019 una producción de más de 125.000 toneladas con unas ventas de 667,5 millones de euros, mientras que la segunda llegó a los 593 millones de euros; la tercera facturó unos 551 millones de euros; la cuarta alcanzó las 335 millones de euros y la quinta 103 millones de euros.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Jealsa Rianxeira *	667,5
Luis Calvo Sanz, S.A. - Grupo *	593,3
Frinsa del Noroeste, S.A.	551
Grupo Conservas Garavilla, S.L. - Grupo *	335,5
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	103,3
Hijos de Carlos Albo, S.L.U. *	95
Ignacio González Montes, S.A.	86,6
Francisco Gil Comes S.L.U Grupo*	85
Conservas Dani S.A (Grupo) *	74,7
Consorcio Español Conservero, S.A. - Grupo *	72

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

Con ventas entre los 95 y los 72 millones de euros quedaron los otros cinco grupos que forman el ranking de las diez empresas que más facturan.

La innovación y la modernización de los procesos productivos son las dos estrategias clave para arañar cuotas de ventas en el poco dinámico mercado interno. Durante los últimos años se han registrado en el sector inversiones importantes.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado y acaparan el 78% de todas las ventas en volumen de las conservas de atún, el 73% de las de sardinas y sardinillas, el 67% de las de calamares y pulpo y el 65% de mejillones y berberechos. ■

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen una estrategia fundamental para la supervivencia del sector de conservas de pescado de nuestro país, ya que las demandas del mercado nacional son insuficientes para absorber los volúmenes de producción alcanzados. Además, durante los últimos años, el mercado interior ha mostrado muy poco dinamismo lo que ha reforzado todavía más la internacionalización de las principales empresas del sector.

Durante 2019 las exportaciones de conservas, preparados y semiconservas de pescados, moluscos y crustáceos sumaron 204.718 toneladas, por un valor de 991,4 millones de euros. Estas cifras supusieron un aumento de 0,6% en volumen y del 0,4% en valor. De la cantidad

total exportada, 153.900 toneladas fueron conservas de pescado y el resto de crustáceos y moluscos.

Atendiendo al volumen exportado, la principal partida fue la de los túnidos en conserva que representan más del 60% del total. A continuación se situaron las conservas de sepias y calamares (12%), las de lomos de atún (3%), y las de anchoas y surimi, con el 2% en cada caso. También fueron importantes las conservas de pulpo, caballa, sardinas y mejillones.

Los principales mercados de destino de las exportaciones de conservas de pescado españolas fueron Italia, Francia, Portugal y Reino Unido, que sumaron casi el 68% del total.

La balanza comercial en este subsector de las conservas tuvo un saldo negativo en conjunto, porque las importaciones de conservas de pescado fueron mucho menores que las exportaciones, aunque las de conservas de crustáceos y moluscos fueron mayores.

AHUMADOS

La producción española de pescados ahumados en el año 2019 sufrió una caída del 6% en volumen, pero sin embargo aumentó el valor de las producciones.

Según la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de ahumados de pescado en 2019 superó las 13.636 toneladas, por un valor de algo más de 263 millones de euros. El grueso de esta producción fueron los ahumados de salmón, que alcanzaron un volumen cercano a 12.387 toneladas (un 6% por debajo de los niveles del año precedente), por un valor que sin embargo creció un 18% hasta colocarse en 238,5 millones de euros. Con estos datos, los ahumados de salmón representaron más del 90% tanto en valor como en volumen, de toda la producción nacional.

Además del salmón ahumado, la industria produjo 18 toneladas de ahumados de arenques (un 14% menos que en el año 2018), por un valor de 222.000 euros, así como también 127 toneladas de ahumados de trucha. El resto de la producción (1,1 toneladas en 2019) fueron otros ahumados, cuyo valor descendió un 7% en 2019 hasta los 21,6 millones de euros. En este grupo de otros ahumados están incluidos los ahumados de bacalao, atún,

En este sentido, durante 2019 se importaron 217.633 toneladas de conservas de pescado, por un valor de 924,3 millones de euros. Por su parte, también se compraron en el exterior 36.146 toneladas de conservas de moluscos y crustáceos, por un valor de 138,5 millones de euros.

Con relación a 2018, aumentaron las importaciones de conservas de pescado y disminuyeron las de moluscos y crustáceos.

Como ocurre con las exportaciones, la principal partida de las importaciones de conservas es la de los túnidos, con el 25% del total. Les siguieron las conservas de almejas, berberechos, surimi, anchoas, caballa y sardina.

En este caso, los principales proveedores de conservas de pescados, crustáceos y moluscos son países terceros, entre los que destacan (por el volumen importado), Ecuador, China, Chile, Vietnam y Marruecos. ■

sardina, marlín o pez espada, que son las nuevas propuestas de este tradicional sector.

Además de ampliar la gama de productos de la pesca ahumados, el sector industrial también está interesado en desestacionalizar el consumo. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de pescados ahumados se encuentra en manos de unas pocas empresas. En unos casos, son operadores especializados sólo en este sector, pero en otros son filiales de grandes grupos internacionales del sector ahumados, o son parte de un grupo que tiene su negocio en sectores como el de las conservas o el pescado congelado.

El grupo líder del sector registra unas ventas de 83 millones de euros anuales en el mercado de ahumados, frente a los 160 millones que constituyen su facturación total. El segundo operador del mercado centra toda su actividad en el sector de los ahumados y factura en torno a los 21,5 millones de euros y lo mismo sucede con la tercera empresa, que sólo produce ahumados y factura también algo más de 21 millones de euros.

Otros siete operadores de este mercado registran cifras de ventas entre los 20 y los 6 millones de euros anuales. La empresa líder, con sus propias referencias o con las marcas blancas, se considera que controla más del 50% de todas las ventas del mercado de pescados ahumados en España. Por su lado, las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en este mercado, pues acaparan en torno al 80% del total de ventas en volumen. Su presencia es tan importante que más de la mitad de las 10 primeras empresas del sector tienen marca blanca. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de pescados ahumados arroja un saldo desfavorable para nuestro país. Las importaciones en el año 2019 llegaron hasta algo menos de 2.225 toneladas y 25,1 millones de euros, cifras que comparadas con las del año precedente arrojaron una caída del 40% en volumen y del 32% en valor.

Por su parte, las exportaciones rondaron las 846 toneladas y los 16 millones de euros en valor. Estas cifras suponen unos significativos incrementos interanuales del 15% en volumen y del 14% en valor.

A este respecto, hay que reseñar que, por ejemplo, toda la materia prima para elaborar los salmones ahumados se tiene que importar. Suecia es el principal proveedor de salmón para el mercado español, con una cuota que supera el 50% del total. A continuación se sitúan Noruega (21%) y Dinamarca (13%).

En cuanto al destino de las exportaciones de ahumados, destaca Italia en primer lugar (en volumen exportado) con una cuota de casi el 41%. Le siguen Portugal, Francia y Alemania, aunque también hay exportaciones a países terceros como México, Qatar o Estados Unidos. ■



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)

- HEGALUZZEA (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 características más importantes es el pelado del pescado, que se realiza de forma manual siguiendo los usos tradicionales de la zona. Está totalmente prohibido el empleo de productos químicos y el líquido de cobertura sólo puede ser aceite de oliva o girasol.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la IGP figuran inscritas 4 empresas de las provincias de Cádiz, Huelva, Málaga y Almería, que comercializan 2 millones de kilos de caballa y 700.000 kilos de melva de media anual.

Mexillón de Galicia

(Mejillón de Galicia)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se cultiva en las rías gallegas de Ares-Sada, Muros-Noia, Arousa, Pontevedra y Vigo mediante el sistema de batea.

CARACTERÍSTICAS: Es un producto natural y sostenible pues en su cultivo no se incorpora ningún aporte ajeno al medio y genera beneficios

ecosistémicos. Es un alimento sano y saludable con un elevado valor nutricional pues es altamente proteico, contiene Omega 3 y es fuente natural de vitaminas y de sales minerales. Está garantizado bajo estrictos controles higiénicos-sanitarios y certificado su origen y su calidad superior a través de rigurosos requisitos exigidos por la DOP.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están certificadas más de 2.000 bateas y más de 100 marcas que representan más de 400 referencias de Mexillón de Galicia en el mercado, en formatos fresco, conserva, cocido, congelado, pasteurizado y productos de 4ª y 5ª gama. La DOP está en continuo crecimiento. Los números de 2018 son los más altos de su historia y kilos y marcas certificadas permiten cubrir las mayores exigencias del consumidor.



OLIVAR



España ocupa el primer lugar mundial en superficie y producción de aceite de oliva. En el año 2019, la superficie de olivar censado por el Ministerio de Agricultura se incrementó un 1,54%, hasta llegar a 2.733.620 hectáreas, el 60% de las cuales están en Andalucía.

De la cifra total de olivares que había en 2019, 2.543.827 hectáreas eran olivares destinados a la producción de aceite, cifra superior en un 1,6% a la que había en 2018. Asimismo, 113.674 hectáreas (un 7% más) eran olivares de doble aptitud (aceituna de mesa y de almazara) y las restantes 76.120 hectáreas (un 8% más que en 2018), eran olivares dedicados a la producción exclusiva de aceituna de mesa.

El grueso de la superficie de olivar (1,9 millones de hectáreas) era cultivo de secano y el resto de regadío.

El cultivo del olivar tiene en España un marcado carácter social. Se estima que unos 350.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y que este cultivo genera unos 46 millones de jornadas cada campaña.

Están registradas en España cerca de 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se considera apta para el aderezo porque su elevado contenido en agua determina bajos rendimientos en aceite.

Cada una de estas variedades de aceituna produce un aceite distinto. Así, existen en el mercado aceites de

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2017/2018	2018/2019	2019/2020
ANDALUCÍA	934,9	1.468,0	906
ARAGÓN	16,9	17	11
BALEARES	0,975	0,31	0,62
COMUNIDAD VALENCIANA	35,5	17	22
CASTILLA-LA MANCHA	100	176	66
CASTILLA Y LEÓN	1,9	1,2	1,4
CATALUÑA	33,6	18	29
EXTREMADURA	74,6	78	70
LA RIOJA	2,87	2	2
MADRID	4	4	3
MURCIA	12,6	14	10
NAVARRA	5,2	4,7	4
OTRAS CC.AA.	0,5	0,1	0,1
ESPAÑA	1.262,2	1.793,5	1.118,30

Fuente: MAPA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
ACEITE DE OLIVA	1282,0	1.262,2	1.793,5	1.118,30
ACEITUNA DE ADEREZO	596,3	562,2	601	462

Fuente: MAPA.

aceituna picual, hojiblanca, lechín, manzanilla, verdial, cornicabra, empeltre, arbequina, etc.

La producción española representa aproximadamente el 65% de la producción de la Unión Europea y el 25% de la mundial, pues en los últimos años ha aumentado más la producción de los países terceros. Igualmente es España la gran potencia mundial en producción de aceituna de mesa.

En mayor o menor medida, la producción del aceituna está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el grueso de la producción.

Extremadura, con el 12% del olivar aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas el olivar se ha ido extendiendo a zonas donde el cultivo del olivar es menos habitual como puede ser Castilla y León o incluso Galicia. ■

ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

El valor de los productos obtenidos del olivar representó en 2019, a efectos de calcular la renta agraria nacional, el 5,3% de la Producción Agraria final y el 9,2% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año precedente.

Según los datos del MAPA, la producción de aceite de oliva 2019 a efectos de calcular la renta agraria anual tuvo una evolución muy positiva, al contrario de lo que sucedió en el año anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la evolución de la campaña 2019/2020, sino con la anterior 2018/2019.

En este sentido, en cantidad la producción de aceite de oliva se disparó un 52%, mientras que los precios bajaron de media un 23,6% (en 2018 también bajaron).

El valor generado por el sector del aceite de oliva se redujo significativamente y se situó en 2.693,5 millones de euros, muy por encima del valor del año 2018.

La producción nacional de aceite en la campaña 2018/2019 alcanzó un volumen cercano a 1,8 millones de toneladas, un 42% más que en la campaña 2017/2018.

Sin embargo, la producción nacional de aceite en la campaña 2019/2020 se redujo y alcanzó un volumen de 1,11 millones de toneladas. La producción de esta campaña resultó inferior en un 38% a la de la pasada.

Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva alcanzando en

PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
MUNDO	2.899,5	3.284	2.569	2.925
UE	842	915	822	809
ESPAÑA	596,3	562,2	601	462

Fuentes: COI y MAPA.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)				
CC.AA.	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
ANDALUCÍA	492,9	440,6	483	356
EXTREMADURA	96,5	111,6	98	105
OTRAS CC.AA.	6,9	10	20	1
TOTAL ESPAÑA	596,3	562,2	601	462

Fuentes: MAPA.

PRODUCCIÓN DE ACEITE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
MUNDO	2.562	3379,0	3.217	3.050
UE	1.752	2188,0	2263	1.917
ESPAÑA	1282,0	1.262,2	1.793,5	1.118,30

Fuentes: COI y MAPA.

2019/2020 el 78% del total. A los andaluces les siguieron los olivareros de Castilla-La Mancha (6%), los de Extremadura (7,2%) y los de Cataluña (3%). ■

ACEITE DE OLIVA EN LA UNIÓN EUROPEA

Aunque varios países de la UE son grandes productores, su importancia económica global es mucho menor que en España. Según las estimaciones de la Comisión publicadas a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, el aceite de oliva representó el 2,5% del valor de la Producción Vegetal final en 2019 y el 1,46% de la Producción Agraria final (en ambos casos los porcentajes fueron superiores a los del año 2018).

El valor a efectos de calcular la renta agraria anual fue de 4.995 millones de euros, un valor muy por debajo del alcanzado el año anterior, según datos de la Comisión Europea.

La producción de aceite en la Unión Europea en la campaña 2018/2019 ascendió a algo más de 2,2 millones de

toneladas, un 3,4% más que en la campaña anterior, cuando también creció la producción. La subida de la producción comunitaria fue consecuencia principalmente de los buenos resultados en España.

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia. Por su lado, en la campaña 2019/2020, la UE produjo poco más de 1,9 millones de toneladas de aceite de oliva, un 15% menos que en la campaña precedente.

Los stocks iniciales (al comenzar la campaña 2019/2020) pasaron de 531.000 toneladas a 788.000 toneladas.

Al contrario de lo que sucedió en España, en el resto de los países el balance de la campaña de producción fue bueno. Así, Italia registró en la campaña 2019/2020 una producción de 365.000 toneladas, un 110% más que en la anterior; Grecia quedó con una producción de 275.000 toneladas (un 49% menos que en la anterior) y Portugal 141.000 toneladas (un 40% más).

En el resto de los países (Malta, Francia, Croacia y Chipre) las producciones de aceite de oliva fueron buenas, pero muy minoritarias en volumen.

Por su parte, el consumo previsto para la UE durante la campaña 2018/2019 fue de 1,44 millones de toneladas, mientras que en la campaña 2019/2020 se incrementó hasta las 1,52 millones de toneladas, según el Comité Oleícola Internacional (COI).

Según el COI, el país que más consume es Italia, seguido de España y de Grecia. Entre los países comunitarios no productores, destacan por su consumo Alemania y Reino Unido. ■

EL OLIVAR EN EL MUNDO

De acuerdo con los datos publicados por el COI, en el mundo hay unos 10 millones de hectáreas de olivar.

La Unión Europea, con España a la cabeza, es la primera productora de aceite de oliva del mundo, con mucha diferencia respecto al resto de países. No obstante, la producción de países terceros ha ido creciendo en los últimos años y ya representa más del 30% del total mundial.

Además de en los países mediterráneos (Líbano, Turquía, etc.), también hay producción de aceite de oliva en lugares tan remotos como Australia, Estados Unidos o Argentina. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS ACEITES	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Miguel Gallego, S.A. (Migasa) - Grupo *	1.025
DCOOP, S.C.A. *	1.008,9
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) - Grupo *	600
Sovena España, S.A. *	538
Deoleo, S.A. - Grupo *	561,9
Grupo Borges*	400
Aceites Abril, S.L	198,4
F.Faiges, S.L	190
Urzante, S.L. *	158,3
Aceites Maeva, S.L	146

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ALMAZARA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)				
CC.AA.	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
ANDALUCÍA	5.275	4.503	7.399	4.344
ARAGÓN	59,3	75	56	52,9
CASTILLA-LA MANCHA	559,4	459	865	327,7
CATALUÑA	148,4	169	123,7	164
COMUNIDAD VALENCIANA	71,6	163	92,6	122,8
EXTREMADURA	251,5	400	436	400
OTRAS CC.AA.	109	146	142	122
TOTAL ESPAÑA	6.475	5.915	9.115	5.533

Fuente: MAPA.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA				
(Miles de toneladas).	2015/2016	2016/2017	2017/2018	*2018/2019
EXPORTACIONES				
ACEITE DE OLIVA	954	883,9	1017	613
IMPORTACIONES				
ACEITE DE OLIVA	95,3	164	141	147,5

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIÓN Y CONSUMO

Las campañas de aceite de oliva se computan comercialmente desde el 1 de noviembre, hasta el 31 de octubre del año siguiente, pero la producción de aceituna se ha ido formando en el árbol a lo largo del primer año mencionado. Según datos del Comité Oleícola Internacional, la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2018/2019 ascendió a 3,2 millones de toneladas lo que

supuso un descenso de casi un 4,8% sobre la producción de la campaña precedente.

Por su lado, la producción de la campaña 2019/2020, se situó en algo más de 3 millones de toneladas, un 5% menos que en la anterior. Tanto en el descenso de esta campaña como en el aumento de la anterior tuvo mucho que ver la evolución de la producción en la Unión Europea. Respecto al consumo mundial de aceite de oliva, para el COI aumenta de campaña en campaña. En la campaña 2018/2019 llegó a superar los 2,8 millones de toneladas, frente a los más de 2,95 millones de toneladas de la campaña 2017/2018. Por su lado, en la campaña 2019/2020 se prevé una subida del consumo hasta los 3 millones de toneladas, según el COI.

El mayor consumo de aceite de oliva se concentra en la Unión Europea, pero también destacan por su consumo de aceite países como Estados Unidos (316.500 toneladas en la campaña 2018/2019) o Marruecos (140.000 toneladas). ■

COMERCIO EXTERIOR DE ACEITE ESPAÑOL

Los aceites de oliva son un producto, en el que la economía española presenta buen comportamiento exportador tanto en valor como en volumen. Siempre han estado en la lista de los cinco productos agroalimentarios más exportados y representan el 80% de las exportaciones y el 16% de las importaciones de todo el grupo de aceites.

El aceite español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas. Aunque la diferencia se va acortando de año en año, todavía es bajo el porcentaje de aceites envasados en pequeños recipientes (menores de 5 litros) que se envían al exterior.

En España, la exportación de aceite de oliva en la campaña 2018/2019 superó el millón de toneladas, un 15% más que en la campaña anterior. Por el contrario, según Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) las importaciones de aceite en dicha campaña bajaron un 14% hasta 141.000 toneladas.

Por su lado, en la campaña 2019/2020 las exportaciones en los primeros meses de campaña ascendía a 613.000 toneladas y las importaciones habían superado la cifra total de la campaña anterior, con casi 148.000 toneladas, a falta de terminar la campaña.

En el año natural 2019, según los datos de la Dirección General de Aduanas, España exportó 1.077.213 millones

de toneladas (no en la campaña, sino en todo el año natural), un volumen superior en un 20% al del año anterior. Asimismo, ese año también se importaron 148.562 toneladas (un 11% por debajo de las compras del año 2018). ■

COMERCIO COMUNITARIO

En cuanto al comercio, la Unión Europea importó en la campaña 2018/2019 (sólo se incluyen los datos de fuera de la UE, que es el menos importante en volumen), un total de 171.000 toneladas de aceite, un 6% menos que en la campaña anterior. Igualmente, exportó a países no comunitarios 709.000 toneladas, un volumen inferior en un 13% al de la campaña precedente.

Por su lado, en la campaña 2019/2020 las importaciones previstas bajarán a 140.000 toneladas y las exportaciones a 660.000 toneladas, según datos de la Comisión Europea publicados meses antes de que finalice oficialmente la campaña.

A pesar de ser la mayor productora del mundo, la UE importa también aceite de oliva de países terceros. Por países, el que más aceite importa es Italia, seguido de España y de Francia. ■

COMERCIO MUNDIAL

A nivel mundial, en la campaña en la campaña 2018/2019 hubo un descenso de las importaciones mundiales hasta las 874.500 toneladas y las exportaciones mundiales se situaron en 844.500 toneladas, volumen también menor que el de un año antes.

Más de la mitad de las exportaciones mundiales de aceite de oliva proceden de la Unión Europea, con España



a la cabeza seguida de Italia y Portugal. En cuanto a las importaciones, la UE compró fuera cerca del 15% del total mundial, pero es la segunda potencia importadora de aceite de oliva tras Estados Unidos.

A este respecto, Estados Unidos importa cerca de 320.000 toneladas anuales. En la campaña 2019/2020, el Consejo Oleícola Internacional estima que se reduzcan un 9% las compras de aceite de este país, que aún así llegarán a las 315.000 toneladas al cierre de la campaña, según estas estimaciones.

ACEITE DE OLIVA

Según los datos de la organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, la estructura del sector del aceite de oliva está formada por 400.000 olivicultores, 1.755 almazaras, 1.500 envasadoras y 22 refinerías.

La base productiva del sector la conforman por unos 2,5 millones de hectáreas del olivar, con 340 millones de olivos, lo que representa el 25% de la superficie mundial de olivar, que es asimismo la mayor superficie de olivar del planeta.

Por regiones, Andalucía es la que cuenta con una mayor superficie de olivar, seguida de Castilla-La Mancha, Extremadura, y Cataluña.

El consumo medio de aceite en España es de 12 kilos por persona al año, un volumen muy alejado de los 0,4 kilos por persona al año que se consumen de media en el mundo. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La principal empresa comercializadora de aceite de oliva envasado en España incrementó en 2019 sus ventas en volumen un casi un 7,8% con respecto a la anterior campaña, superando los 68 millones de litros.

Por su lado, el segundo grupo comercializador de aceite redujo un 3% el volumen comercializado hasta los 61 millones de litros y el tercero lo aumentó un 13% hasta los casi 46 millones de litros.

En los últimos ejercicios ha aumentado la penetración de capital internacional entre los grandes operadores del sector. La mayor parte de esos grandes operadores

Otros países que también son grandes importadores de aceite de oliva son Brasil, Canadá, Australia, Japón o China.

En cuanto a las exportaciones mundiales, el COI estima que en la campaña 2019/2020 descenderán ligeramente hasta las 966.000 toneladas. La UE es la primera potencia exportadora del mundo, con 588.000 toneladas estimadas para la campaña 2019/2020, seguida de Túnez (200.000 toneladas). Otros países que exportan aceite de oliva son Turquía, Marruecos y Chile. ■

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur)	68.050
Grupo Ybarra-Migasa	61.000
Urzante, S.L.	45.900
Deoleo, S.A. - Grupo	38.867
Aceites Maeva, S.L.	33.500
Mercaóleo, S.L.	31.800
Sovena España, S.A	22.034
Aceites Abril, S.L.	21.156
F. Faiges, S.L.	20.200
Coop. Oleoestepa	13.250

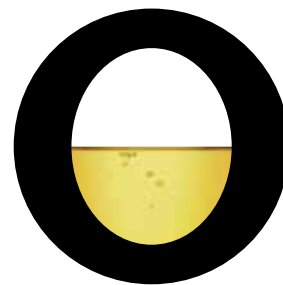
FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.





Ninguna cocina
sin los Aceites
de **Oliva**
de España

#nosabemosloquetenemos



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

WORLD LEADERS

basan sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

Los aceites de marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el mercado, si bien en 2019 perdieron posiciones con respecto al año anterior.

Según datos de la consultora IRI, de las ventas totales de aceite de oliva en libreservicio (híper y súper mercados de más de 100 m² en Península y Baleares), correspondió a las MDD el 59,5% en volumen y el 56,10% en valor, porcentajes en ambos casos notablemente inferiores a los del año precedente.

Esa caída de la representatividad de las MDD se había apreciado ya en años anteriores, lo que parece confirmar una tendencia en el mercado del aceite, pues el peso de las primeras marcas en este mercado está aumentando.

En porcentajes, el primer grupo marquista representó en 2019 el 11,2% del volumen de aceite envasado vendido en libre servicio y el 13% del valor total de las ventas; el segundo grupo llegó hasta el 7,7% y el 8,2% en valor, mientras que el tercero se situó en el 5,7% y el 5,1% respectivamente. ■

COMERCIO EXTERIOR

Los aceites de oliva españoles se venden en más de 180 países de los 5 continentes y aunque su destino principal es la Unión Europea, lo cierto es que en cada campaña el mercado exterior se va abriendo más a las exportaciones hacia países terceros.

Según ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo) los principales mercados del aceite español varían de año en año, según se exporte a granel (exportaciones dirigidas fundamentalmente a países de la Unión Europea) o en envases inferiores a 5 litros, que se comercializan directamente a consumidores, tiendas, restaurantes, etc.

Italia es el principal mercado del aceite de oliva español a granel, que todavía sigue representando un volumen importante, a pesar de que las ventas de envasado aumentan de año en año. Tras Italia, los siguientes destinos del aceite de oliva son EE.UU., Portugal, Reino Unido, Japón y Francia. Por su lado, el aceite de oliva español envasado es exportado a Estados Unidos, Francia, Portugal, Reino Unido, Australia y China como principales destinos.



En octubre de 2019, Estados Unidos impuso un arancel del 25% al aceite de oliva envasado que se elabora en España, un hecho que lastró el final de la campaña oleícola y que supuso una pérdida de competitividad de los aceites españoles respecto a sus competidores (Italia, Túnez, Portugal, Grecia, etc.).

ASOLIVA está formada por 50 empresas exportadoras de aceite de oliva de varias provincias españolas, principalmente de Andalucía y Cataluña, cuyas ventas representan más del 95% del total exportación nacional de aceite envasado y entre el 50 y 75% de la exportación a granel, según campañas. La actividad de ASOLIVA se centra en defender los intereses de sus asociados, pero no lleva a cabo operaciones comerciales de ningún tipo. En 2019, la principal empresa exportadora de aceite de oliva en nuestro país registró unas ventas en el exterior de 78.878 toneladas, mientras que la segunda alcanzó las 60.000 toneladas y la tercera se sitúa en las 49.000 toneladas.

Las diez primeras empresas exportadoras sacaron al mercado exterior más de 350.000 toneladas de aceite envasado, un volumen superior al del año precedente en un 7,6%.

Por su parte, las importaciones de aceite de oliva aumentaron durante la última campaña. Nuestro principal proveedor en el último ejercicio fue Túnez (34,5% del volumen total), Portugal (32,5%) y Siria (9,2%). También destacaron las ventas en volumen de Turquía, Argentina, Italia y Marruecos. ■

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 355,9 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.143,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 7,7 litros de consumo y 24,8 euros de gasto. El consumo más notable se asocia al aceite de oliva no virgen (4,0 litros por persona y año), seguido del aceite de

oliva virgen (3,7 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva virgen concentra el 54,0%, con un total de 13,4 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 46% restante con un total de 11,4 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2019

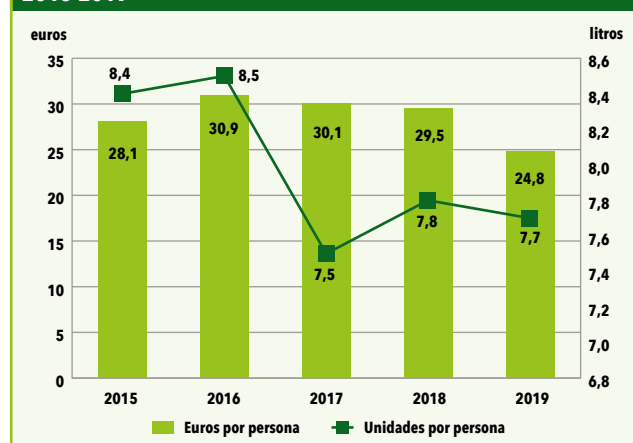
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	355,9	7,7	1.143,7	24,8
OLIVA VIRGEN	170,9	3,7	619,5	13,4
OLIVA VIRGEN EXTRA	138,4	3,0	516,9	11,2
RESTO ACEITE OLIVA	184,9	4,0	524,3	11,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

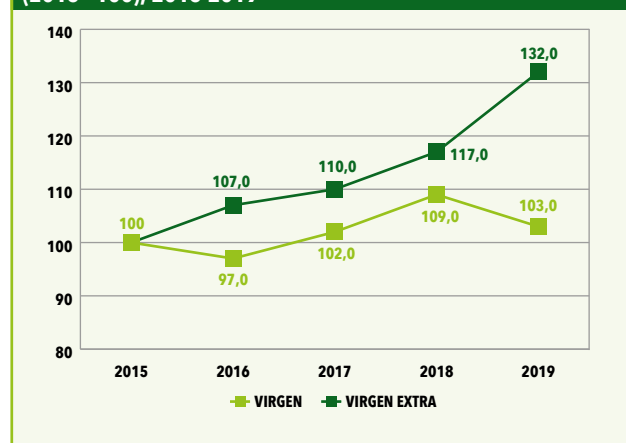
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva ha caído 0,7 litros por persona y el gasto se ha reducido en 3,3 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (8,5 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2016 (30,9 euros por consumidor).

En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de aceite virgen extra experimenta un aumento considerable y, por el contrario, en el aceite virgen se mantiene bastante estable durante los últimos años. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITE DE OLIVA, 2015-2019



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITE DE OLIVA (2015=100), 2015-2019



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

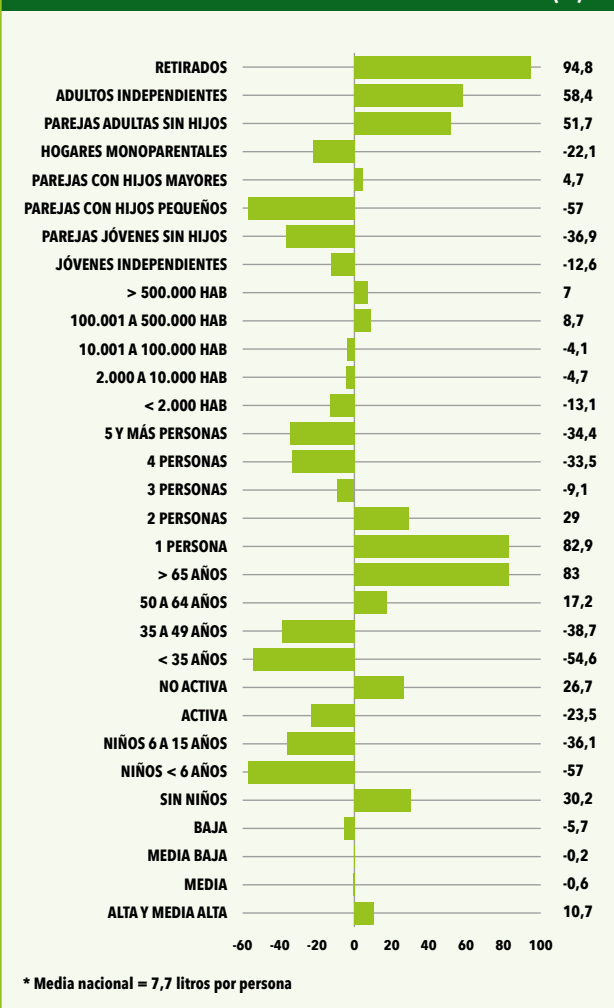
En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en las grandes ciudades (más de 100.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Cantabria y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana. ■

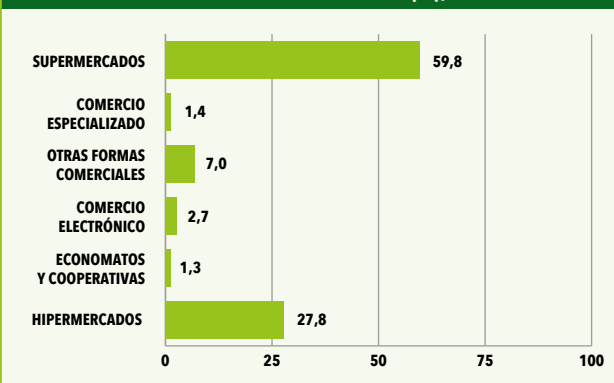
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (59,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 27,8%, mientras que el comercio electrónico representa

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



el 2,7% y los economatos y cooperativas concentran el 1,3%. Los establecimientos especializados suponen el 1,4% y las otras formas comerciales acaparan el 7,0% restante. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ANTEQUERA °
 BAENA °
 ESTEPA
 LUCENA ****
 MONTES DE GRANADA °
 MONTORO-ADAMUZ
 PONIENTE DE GRANADA °
 PRIEGO DE CÓRDOBA °
 SIERRA DE CÁDIZ °
 SIERRA DE CAZORLA °
 SIERRA DE SEGURA °
 SIERRA MÁGICA °

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 MONTE RRUBIO °
 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 la UE

Aceite Campo de Calatrava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada al sur de Castilla-La Mancha y ocupa la zona central de Ciudad Real, abarcando 16 términos municipales como Almagro, Calzada de Calatrava, Granatula de Calatrava y Miguelturra.

CARACTERÍSTICAS: Es un aceite de oliva virgen extra obtenido del fruto del olivo de las variedades Cornicabra y Picual, con colores variables según campañas y los momentos de recolección, pudiendo oscilar entre verdes intensos y verdes amarillos, dando un sabor afrutado complejo e intenso. Las percepciones de amargo y picante en boca son apreciables y equilibradas, y además presenta una marcada presencia a frutos verdes de aceituna, manzana y otras frutas frescas.

DATOS BÁSICOS: Con una superficie de 22.073 hectáreas de olivar, la producción media anual es de 5,2 millones de kilos de aceite.

Aceite Campo de Montiel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de olivar de casi 48.375 hectáreas, repartidas entre 26 términos municipales de las comarcas agrarias de Mancha, Pastos y Campo de Montiel de la provincia de Ciudad Real, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites amparados son elaborados a partir de aceitunas de distintas variedades de olivo, destacando la Cornicabra, Picual, Manzanilla y Arbequina. El resultado de la mezcla natural de los zumos obtenidos proporciona unos aceites con un máximo de acidez de 0,5 grados, muy estables y resistentes al enranciamiento, presentando aromas en intensidades considerables de frutado verde o maduro (manzana, tomate y otras frutas) destacados y equilibrados, amargos y picantes, que confieren a los aceites un carácter propio.

DATOS BÁSICOS: La producción de la Denominación es de 75 millones de kilos de aceituna, lo que supone una media de 16 millones de litros de aceite anuales, de los que 500.000 litros están en vías de calificación con la propia Denominación de Origen Protegida.

Aceite del Bajo Aragón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada ocupa 37.000 hectáreas que se distribuyen entre 77 municipios de las provincias aragonesas de Teruel y Zaragoza.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extras producidos en esta zona se elaboran a partir de la variedad principal Empeltre –en una proporción mínima del 80%–, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina y la Royal. Los aceites resultantes son de color amarillo con matices que oscilan entre el dorado y el oro viejo, de gusto frutado al principio de la campaña, con ligeros sabores almendrados, sin amargor y tirando a dulce y ligeramente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 32 almazaras y 4 empresas envasadoras que producen y comercializan una media anual de 2,2 millones de litros de aceite virgen extra. Se exporta el 10% aproximadamente.

Aceite de la Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, elaboración y envasado de la Denominación de Origen Protegida comprende 95 términos municipales de la provincia de Guadalajara y 42 de la provincia de Cuenca, al noreste de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. Acoge 28.335 hectáreas de olivar y casi 4 millones de olivos.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación protege el aceite de oliva extra obtenido del fruto del olivo de la variedad local Castellana (Verdeja). El color predominante es verde limón, más o menos intenso dependiendo del momento de la recolección y del grado de madurez de la aceituna. Desde el punto de vista organoléptico, los aceites de esta variedad son muy frutados y aromáticos, rotundos en su color a hoja, en los que se entremezclan sabores a hierba, avellana o plátano, a veces con sabor picante en boca.

DATOS BÁSICOS: La producción media de la Denominación es de 7,5 millones de kilos de aceituna, con una previsión para este año de 10 millones de kilos, con ocho almazaras que producen y comercializan el aceite amparado en el mercado local.

Aceite Monterrubio μ

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen de esta Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una superficie de 11.500 hectáreas de olivares distribuidas entre 16 términos municipales de la provincia de Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos en esta Denominación de Origen Protegida se elaboran en un 90% como mínimo con aceitunas de las variedades Cornezuelo, Picual o Jabato. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color entre amarillo y amarillo-verdoso, de gran estabilidad, de sabor frutado, aromático, almendrado y con sabor ligeramente amargo y picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 2 cooperativas registradas que producen 27 millones de kilos anuales de aceituna, de los que se obtienen 5,6 millones de kilos de aceite y se comercializan 150.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Antequera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 42.316 hectáreas de olivares localizados en 18 municipios de la comarca norte de Málaga y el municipio cordobés de Palenciana, el único situado al sur del río Genil.

CARACTERÍSTICAS: La DOP ampara diversas variedades de aceitunas que se cultivan tradicionalmente en la comarca, aunque predomina en un 90% la autóctona Hojiblanca, que presenta unos aceites equilibrados, ni excesivamente amargos ni tampoco demasiado dulces. Existen otras variedades minoritarias como la Picual, la Arbequina, la Lechín y algunas originarias de estas tierras donde el olivar es prácticamente monocultivo, como Gordalilla de Archidona o Romerilla.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 7 almazaras, 2 empresas envasadoras, una comercializadora y 4.169 oleicultores que vienen a producir según campañas una media de 2.843.088 kilos de aceite de oliva virgen extra comercializados con Denominación de Origen Protegida.

Aceite de Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración se extiende por una superficie de 2.615 hectáreas, que abarcan la parte sur de Navarra; comprende 135 municipios, más el territorio de Bardenas Reales.

CARACTERÍSTICAS: Aceites de oliva virgen extra obtenidos, al menos en un 90%, de las variedades autorizadas Arróniz, Arbequina o Empeltre.

Tienen un perfil equilibrado y complejo, con una elevada intensidad del atributo frutado. En boca resultan entre ligeros y medianamente amargos y picantes, con toques de alcachofa procedente de la Arróniz, plátano (Arbequina), o almendrados y dulces (Empeltre).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.590 olivicultores y 8 almazaras que producen una media anual de 12,5 millones de kilos de aceituna, que se traducirán en unos 3 millones de litros de aceite.



Aceite de la Comunitat Valenciana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del aceite engloba las subzonas de Maestrat, Plana Alta-Alcalaten, Sierras de Espadán y Calderona, Serranías del Turia-Ribera del Magro, Utiel-Requena-Valle de

Ayora, Macizo del Caroig-Vall d'Albaida, Montaña de Alicante y Vinalopó.

CARACTERÍSTICAS: En la caracterización organoléptica del aceite de oliva virgen extra se emplean de forma habitual menciones que describen la sensación de frutado: manzana, almendra, kiwi, higo, tomate o plátano; las menciones florales también son habituales. El grado de acidez es inferior a 0,5°.

DATOS BÁSICOS: El cultivo del olivar en la Comunidad Valenciana se extiende por 91.701 hectáreas de olivar repartidas en más de 200.000 parcelas y se producen alrededor de 19.500 toneladas de aceite virgen. En la Comunidad Valenciana trabajan 63.000 oleicultores, existen 154 cooperativas, 25 empresas y 48 envasadoras dedicadas a la producción y comercialización del aceite de oliva.

Aceite de La Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción coincide con la de conservación, extracción y envasado y abarca las 503.388 hectáreas que constituyen la Comunidad Autónoma de La Rioja. La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 1.700 hectáreas localizadas en 100 municipios de las comarcas de La Rioja Baja y La Rioja Media.

CARACTERÍSTICAS: La DOP ampara diversas variedades de aceitunas que se cultivan tradicionalmente en la región. Los aceites protegidos son de oliva virgen extra, frutados, con notas aromáticas muy peculiares y ligeramente amargo, con matices y características muy diferenciadas. Mantienen en boca un frutado muy intenso y tienen una acidez muy baja.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 800 oleicultores y 14 almazaras, que han comercializado más de 650.000 litros de Aceite de La Rioja con DOP en su última campaña, pero que podrían llegar al millón de litros en los próximos años.

Baena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre siete municipios localizados al sur de la provincia de Córdoba, con Baena como principal centro oleícola.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir

de la variedad de aceituna Picuda o Carrasqueña de Córdoba y, en menor medida, con Picual, Hojiblanca, Lechín, Chorrúa y Pajarero, que les imprimen un peculiar aroma y sabor frutado intenso, ligero, almendrado amargo, y un color de amarillo verdoso a verdoso dorado. Los aceites resultan de gran finura y personalidad y con alto contenido en ácido linoleico.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 8.100 oleicultores, 19 almazaras que producen una media anual de 40 a 50 millones de kilos de aceite, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra envasado, llevada a cabo por las 21 envasadoras inscritas, es de 9 millones de kilos, de los que se exportan el 50%.



Estepa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende a lo largo de 40.000 hectáreas, con más de 5 millones y medio de olivos ubicados en 12 municipios de la comarca Natural de Estepa (Sevilla) y el margen izquierdo del término municipal de Puente Genil (Córdoba). El 100% del olivar integrado dentro del territorio es sostenible, ya que todo el cultivo se encuentra en "Producción Integrada" o "Producción Ecológica", métodos respetuosos con el medio ambiente.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Estepa posee la mayor variedad de aceites de oliva vírgenes extra amparada por la Unión Europea. De ahí que se puede encontrar, entre sus aceites, una amplia gama de aromas y sabores. La entidad certifica dos aceites de oliva vírgenes extra monovarietales (Hojiblanco y Arbequino) y los coupages Selección y Multivarietal. Todos ellos, de recolección temprana y elaborados en frío.

En líneas generales, el aceite de oliva virgen extra amparado por la D.O.P. Estepa es equilibrado en sus intensidades de amargo y picante, presenta sabores y aromas de fruta fresca y/o madura, y gracias a sus diferentes variedades ofrece alternativas que se adaptan a cualquier consumidor exigente.

DATOS BÁSICOS: La Denominación de Origen Estepa, que aglutina a más de 4.500 olivares, ampara a 16 cooperativas de primer grado y 2 envasadoras-comercializadoras (Oleoestepa y Puricon). La producción media de su territorio se sitúa en torno a los 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, de los que en torno a los 3 millones se comercializan envasados con el sello de la D.O.P. Estepa.

Les Garrigues

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida Les Garrigues está situada al sur de la provincia de Lleida, abarcando las comarcas de Les Garrigues, el sur de Segrià y el sur de Urgell, con una superficie inscrita de 18.600 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra amparados se elaboran exclusivamente con las variedades Arbequina, en un 90% como mínimo, y Verdiell, en un 10% como máximo. Son aceites frutados, de oliva fresca, con fragancias a hoja y/o hierba y almendra verde y tomate, de sabor almendrado-amargo y un poco picante al final.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritos más de 2.500 productores, 20 almazaras y envasadoras. Durante la campaña anterior, la producción alcanzó unos 4 millones de kilos de aceite, de los cuales 1,6 millones de kilos corresponden a aceite de oliva virgen extra amparado por la DOP Les Garrigues.

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 Cacería. 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.

Montes de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre casi 30 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites de oliva virgen extra amparados por la Denominación de

Origen Protegida se elaboran a partir de las variedades principales Picual, Lucio y Loaime, aunque también se utilizan complementarias como la Hojiblanca, Gordal de Granada, Negrillo de Iznalloz y Escarabajuelo. Los aceites producidos son de tipo frutado intenso y suave.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 5.000 productores, 9 empresas envasadoras que producen una media anual de 20 millones de kilos de aceite de oliva virgen, según campañas. La comercialización con Denominación de Origen Protegida supera los 1,5 millones de kilos anuales, aunque se espera incrementar esta cifra en los próximos años.

Montes de Toledo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen se extiende sobre una superficie protegida de 30.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 103 municipios localizados en las provincias de Toledo y Ciudad Real.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes protegidos por la Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo se elaboran exclusivamente con la variedad de aceituna Cornicabra. El aceite virgen extra tiene un color que va desde el amarillo dorado hasta el verde intenso, de sabor denso en boca, resulta afrutado y aromático, y con regusto amargo y levemente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida se encuentran registrados 6.000 oleicultores, 43 almazaras y 32 empresas envasadoras, que producen una media anual de 16 millones de kilos de aceite, de los que se comercializan más de 1 millón de kilos con DOP.

Oli de l'Empordà (Aceite del Empordà)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que componen la zona de demarcación geográfica están dentro de las comarcas del Alt Empordà y del Baix Empordà, así como algunos municipios limítrofes de las comarcas del

Gironés (Viladesens, Sant Jordi Desvalls, Flaçá, Madremanya y Llagostera) y el Pla de l'Estany (Crespiá, Esponellá y Vilademuls), en la provincia de Girona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites protegidos por la DOP Aceite de l'Empordà son aceites de oliva vírgenes extra elaborados con las variedades autóctonas "Argudell", "Curivell" y "Llei de Cadaqués" y la variedad tradicional "Arbequina". Se consideran variedades principales la "Argudell" (mínimo del 51%), que le da su personalidad sensorial, y la "Arbequina". La suma de ambas supone más del 95%. Son aceites equilibrados de frutado verde de intensidad media. En boca, presentan un amargo y picante de tipo medio. Son aceites con aromas que normalmente recuerdan a la hierba acabada de cortar y/o a nueces; también pueden aparecer aromas de frutas exóticas, frutas verdes o alcachofa, así como presentar una sensación final de almendra en boca.

DATOS BÁSICOS: En los registros del Consejo Regulador figuran inscritos 800 hectáreas, 300 agricultores y 5 almazaras. La producción media anual es de 150 toneladas de aceite amparado por la DOP.

Montoro-Adamuz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación cubre 55.000 hectáreas de olivar, repartidas entre 7 términos municipales situados en pleno corazón de Sierra Morena, en la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales autorizadas son Picual (Nevadillo blanco) y Nevadillo negro, que producen aceites muy específicos, y en menor proporción se presentan otras como Picudo, Lechín y Carrasqueño. Los aceites de oliva virgen extra de la comarca amparada tienen un alto contenido en polifenoles y agentes antioxidantes naturales, además de una alta resistencia a la termooxidación. Presentan un color claro, en tonos que pueden oscilar a verdosos amarillentos según el grado de maduración de la aceituna al recolectarse, con una gran complejidad aromática, gran cuerpo y un característico picor y amargor con intensidad media.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 5 almazaras, 8 marcas y 4 empresas envasadoras que producen 100 millones de kilos de aceituna y 19 millones de kilos de aceite virgen extra al año.

Oli de Mallorca (Aceite de Mallorca)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Aceite de Mallorca ampara una superficie de 1.647 hectáreas de olivares que se extienden a todos los municipios de la isla de Mallorca. El 90% de las plantaciones tiene una antigüedad de 500 años.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra de Mallorca permiten tres variedades: Mallorquina, Arbequina y Picual. Se diferencian dos tipos de aceites en función principalmente del momento de la recolección de las aceitunas; aceite "afrutado", que procede de la recolección más temprana, con atributos de amargor y picante, de color amarillo verdoso, y el aceite dulce, que procede de la aceituna más madura, con características de dulzor o suavidad, presenta un color del amarillo paja al amarillo oro.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 532 productores, 7 almazaras y 13 envasadoras que producen 252.450 litros de aceite, de los que han comercializado 175.541 litros con Denominación de Origen Protegida.



Oli de Terra Alta

(Aceite de Terra Alta)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende sobre 12 municipios de la comarca de Terra Alta, y 3 municipios de la comarca de la Ribera d'Ebre.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites de oliva virgen extra amparados se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona que es la Empeltre, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Morruda y Farga. Los aceites resultantes presentan una acidez máxima de 0,5 grados, color amarillo con matices que van desde el amarillo pálido al amarillo viejo, de gran estabilidad y con connotaciones aromáticas que recuerdan a la almendra y a la nuez verde.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 3.320 hectáreas, 1300 productores, 7 almazaras y 19 envasadoras-comercializadoras. En las últimas campañas la producción anual ha superado los 500.000 kilos de aceite amparado por la DOP.

Oli del Baix Ebre-Montsià

(Aceite del Baix Ebre-Montsià)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de esta DOP abarca 49.000 hectáreas de olivares distribuidas en 14 términos municipales de la comarca del Baix Ebre y 12 términos municipales de la comarca del Montsià, ambos de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos en esta Denominación se elaboran con las variedades Morruda, Sevillena y Farga, considerándose como principal cualquiera de ellas. El aceite de oliva resultante varía del color amarillo verdoso hasta amarillo dorado, de sabor frutado al principio de la campaña y ligeramente dulce al final.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 12.000 hectáreas, con un número de productores inscritos de 3.300, 11 almazaras y 5 plantas envasadoras-comercializadoras. La producción total es de 179.000 kilos amparados por la DOP.

Poniente de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Poniente de
Granada
Denominación de origen

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 71.000 hectáreas de 16 municipios de la comarca del Poniente de Granada, cuyos municipios principales son Algarinejo y Alhama de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites son multivarietales, procedentes de la combinación de al menos tres de las siguientes variedades: Hojiblanca, Picual, Picudo, Lucio o Illoreño, Nevadillo de Alhama de Granada y Loaime. Son aceites de baja acidez, altos contenidos en compuestos polifenoles, moderados contenidos en ácido oleico (77-80%) y linoleico (hasta 12%). El color varía en la gama del amarillo-verdoso al amarillo-dorado.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 5.500 oleicultores, 12 almazaras y 16 plantas envasadoras-comercializadoras. El volumen total de producción de aceite de las almazaras inscritas asciende a 11,7 millones de kilos, de los cuales 600.000 kilos se comercializan envasados con Denominación de Origen Protegida.

Priego de Córdoba

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida se extiende sobre una superficie de más de 29.628 hectáreas de olivar, distribuidas entre cuatro municipios (Almedinilla, Carcabuey,

Fuente Tójar y Priego de Córdoba) localizados en el Parque Natural de las Sierras Subbéticas, al sudeste de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades utilizadas para elaborar nuestros aceites de oliva vírgenes extra son Picuda (60%), variedad autóctona de nuestra zona y, en menor proporción, Hojiblanca (20%) y Picual (20%). Los vírgenes extra certificados por nuestra D.O.P. Priego de Córdoba ofrecen un amplio abanico de posibilidades, desde gamas más maduras y dulces hasta nuestro producto "estrella", el más representativo: el aceite frutado verde intenso.

En nariz presenta matices herbáceos, recordando aromas frutales como la manzana y el plátano verde, y a hortalizas como el tomate y la alcachofa. Su entrada en boca te sorprenderá con un sabor dulce, que poco a poco va dando paso a un amargo medio muy agradable que te dará idea de los tonos verdes que posee, finalizando con un picante en progresión.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad cuenta con 6.248 agricultores, 12 almazaras y 10 empresas envasadoras y comercializadoras, que producen una media de 12 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra según campañas. La comercialización media anual sobre los 2 millones de kilos, de los que el 25% se destina a la exportación.

Sierra del Moncayo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada al oeste de Aragón, ocupando el noroeste de la provincia de Zaragoza formando una unidad

morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, con más de 2.500 hectáreas de olivo para un total de 34 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo presenta aromas claramente perceptibles afrutados de aceituna verde o madura y a frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas. Son aceites equilibrados, destacando la armonía del sabor amargo y picante. Agradables en boca y fáciles de tomar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador cuenta con alrededor de 2.200 pequeños agricultores y 5 cooperativas, que producen una media anual que supera los 4,5 millones de kilos de aceituna que se traducen en 1 millón de litros de aceite, del cual se destina un 25% para certificar como DO.

Sierra de Cádiz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por esta Denominación de Origen Protegida es de 20.854 hectáreas de olivares que se localizan en 8 municipios de la provincia de Cádiz y 4 municipios de la provincia de Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona de producción que es la Lechín, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Alameño de Montilla, Hojiblanca, Manzanilla, Picual, Verdial, y Lechín de Sevilla, considerada la principal denominación, lo que da como resultado unos aceites de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,8 grados, color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, de gran estabilidad y de un amargor levisimo en boca.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 8 empresas envasadoras que producen 5 millones de kilos de aceite virgen extra al año, según campañas, lo que supone el 85% de toda la provincia de Cádiz.

Sierra de Cazorla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los aceites amparados por la DOP Sierra de Cazorla abarca los términos municipales de Cazorla, Chilluévar, Hinojares, Huesa, La Iruela, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada y Santo Tomé, con un total de superficie de olivar de 37.500 hectáreas, enclavados en el entorno del Parque Nacional de la Sierra de Cazorla, en la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Son necesariamente de las variedades Picual o Royal. Son aceites de oliva virgen extra de un verdor amarillento; de un intenso frutado de aroma fresco a hierba verde (césped, heno), agradable olor a "allosa", sabor a fruto fresco (manzana, almendra e higuera), ligero en su amargor y suave en su picor. Los aceites obtenidos de la variedad Royal son de altísimo valor y su principal característica organoléptica es el frutado fresco y dulce aroma.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 13 entidades, que producen unos 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen. La comercialización con DOP es aproximadamente de 5 millones de kilos anuales y se venden en envases de pet, vidrio o metálicos.

Sierra de Segura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Sierra de Segura ampara una superficie de 42.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 14 municipios localizados en la zona nororiental de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de aceituna predominante para la obtención de aceites vírgenes es la Picual, que ocupa el 95% del cultivo, aunque también se utilizan otras variedades como Royal, Verdala y Manzanillo de Jaén. Los aceites resultan de color amarillo-verdoso, frutados, aromáticos, ligeramente amargos y de gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 10.000 oleicultores, 22 almazaras, 16 empresas comercializadoras y 9 envasadoras, que producen 18 millones de kilos de aceite virgen y comercializan una media anual de un millón de kilos de aceite virgen extra amparados con Denominación de Origen Protegida.

Sierra Mágina

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción abarca una extensión de 61.000 hectáreas de olivar localizadas en la comarca de Sierra Mágina,

que comprende 15 municipios radicados en la parte central de la zona sur de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picual, que representa el 99% del olivar plantado. El aceite resultante de esta variedad es de color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, con una acidez inferior a 0,5°, de gran estabilidad y ligero amargor y sabor a verde hierba, tomate e higuera.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 29 almazaras y 29 empresas envasadoras, las cuales producen una media anual de 140 millones de kilos de aceituna y 33 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra protegido por la Denominación de Origen Protegida es de 1,8 millones de kilos.

Siurana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende sobre una superficie que alcanza casi 12.000 hectáreas de olivar, en 7 comarcas de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad Arbequina y en menor proporción con Royal y Morrut. Se establecen dos tipos de aceites vírgenes extra, según el momento de la recolección: Frutado, procedente de una recolección más temprana, de color verdoso, más cuerpo y sabor almendrado amargo, y Dulce, de recolección más tardía, de color amarillo, más fluido.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos 5.000 oleicultores, 29 almazaras y 29 empresas envasadoras que produjeron más de 2 millones de kilos de aceite amparado por la DOP Siurana.



ACEITUNA DE MESA

España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa. Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (ESYRCE), que publica el Ministerio de Agricultura, España contaba en 2019 con 2.732.620 hectáreas de olivar, un 1,54% más que en el año anterior. De esta cifra total, 76.120 eran olivares destinados en exclusiva a producir aceituna de mesa y 113.674 eran olivares de doble aptitud (aceituna de mesa y de almazara). El resto (2.543.827 hectáreas) de la superficie eran olivares destinados a la producción de aceite.

Más del 60% de esta superficie eran olivares de regadío y el resto de secano.

El olivar destinado a la producción de aceituna de mesa se encuentra principalmente en Andalucía y Extremadura.

También Aragón cuenta con una producción importante de olivar destinado a la aceituna de mesa y otras regiones como la Comunidad Valenciana, Cataluña, Baleares, La Rioja y Murcia tienen también producciones testimoniales. ■

ACEITUNA DE MESA NACIONAL

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. En la campaña 2018/2019 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 601.000 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 7% superior al de la anterior campaña, en la que la cosecha descendió en un porcentaje similar. Por su lado, en la campaña 2019/2020, la producción de aceituna de mesa volvió a descender hasta algo más de 452.000 toneladas.

En cuanto al balance del sector de la aceituna de mesa, según los datos de la AICA, la campaña arrancó con 398.600 toneladas de existencias y, tras los movimientos de mercado, a finales de marzo quedaba en stock 536.730 toneladas, en su mayoría de hojiblanca (230.190 toneladas) y manzanilla (181.740 toneladas).

La comercialización total alcanza las 297.950 toneladas, de las que 222.910 toneladas se destinaron a exportación. Andalucía y Extremadura se reparten la producción de

aceituna de mesa, en porcentajes que oscilan de entre el 73-75% en el caso de los andaluces, y del 23-25% para los extremeños. ■

PRODUCCIÓN POR REGIONES

En España se cultivan diferentes variedades de aceitunas de mesa dependiendo de la zona geográfica: manzanilla, gordal, hojiblanca, carrasqueña, cacereña, aloreña, verdial, lechín, picual...etc. Algunas de estas aceitunas tienen doble aptitud, o lo que es lo mismo, pueden destinarse al consumo directo o bien a la producción de aceite. De la producción total española más del 50% es aceituna hojiblanca y un 40% manzanilla. El resto de la producción son pequeños volúmenes de otras aceitunas de variedades minoritarias.

A nivel nacional, Andalucía es la región con mayor superficie de olivar destinado a la producción de aceituna de mesa. Anualmente produce cerca del 75% del total nacional y dentro de Andalucía, Sevilla es la primera provincia productora, con más de la mitad de la cosecha andaluza, seguida de Córdoba y Málaga.

Otras regiones con gran producción de aceituna de mesa son Extremadura, Murcia, Aragón, Castilla-La Mancha, Baleares, Cataluña, Madrid, Navarra, Comunidad Valenciana y Murcia con porcentajes estas últimas muy inferiores a la primera. ■



IMPORTANCIA ECONÓMICA

El sector tiene una gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional, tanto por el número de empleos que genera como por su volumen de producción y exportación, liderando España el mercado mundial en ambos conceptos.

A este respecto, el sector de la aceituna de mesa genera anualmente más de 8.000 empleos directos, más de 6 millones de jornales por la recolección y el trabajo del cultivo del olivo, a los que hay que añadir los creados por las empresas y fábricas auxiliares como las de vidrio, hojalata, cartón, maquinaria, transportes, etc.

Todas estas labores suponen aproximadamente el 27% del empleo generado por el sector nacional de conservas y preparados de productos vegetales. ■

EXPORTACIONES NACIONALES

Además de ser el país con mayor consumo de aceituna de mesa de la Unión Europea, España es también el primer país exportador del mundo, con gran diferencia con respecto al resto.

En concreto, España exporta cerca del 30% del total mundial, por delante de Egipto, Grecia y Argentina, que son otros tres países que venden en el exterior gran parte de su producción.

Al igual que sucede con el aceite de oliva, el saldo de la balanza comercial del sector de la aceituna de mesa es claramente positivo.

Según los datos de la Dirección General de Aduanas, en el año 2019 (datos de todo el año natural, no sólo de la campaña de comercialización), las exportaciones de aceitunas de mesa de España, incluyendo los envíos a los países de la Unión Europea, alcanzaron la cifra de 345.197 toneladas (peso neto escurrido), un 18% más que en el año anterior. Asimismo, el valor de la exportación se redujo también (un 7,4%), pasando de 706 millones de euros a 758,5.

Como es habitual, la Unión Europea fue en 2019 el primer destino de las exportaciones de aceituna de mesa, con un volumen de 147.000 toneladas por un valor de 318 millones de euros. Ese año, las ventas a la UE crecieron en valor un 5% y en volumen un 11%.

A pesar de los problemas derivados del aumento de los aranceles a la importación de aceitunas españolas por

parte de Estados Unidos, aumentaron en 2019 las ventas a Norteamérica, que siguió siendo el segundo destino de estas producciones después de la UE.

Por detrás de Norteamérica, a muy larga distancia, se situaron como destino de las aceitunas españolas los países árabes, los bálticos y los del centro y sur de América. España exporta aceitunas de mesa a más de 150 países, entre los que destacan Estados Unidos y los países de la UE (Italia, Francia y Alemania).

Por variedades, las aceitunas que más se exportaron son hojiblanca (cerca de la mitad de las ventas totales) y manzanilla (36%, aunque va ganando peso de año en año). Más de la mitad de la aceituna exportada es verde y el resto negra. Por su lado, en cuanto a las presentaciones de las aceitunas, predominan las rodajas (más del 30%) y las rellenas (cerca del 30%).

Al disponer de aceitunas de gran calidad y en cantidad suficiente, la importación nunca ha sido relevante en este sector. Sin embargo, en algunas campañas la cifra de importación ha crecido respecto a otras, lo que se explica por la preocupación por parte de la industria en encontrar aceitunas a precios competitivos. ■

PRODUCCIÓN MUNDIAL Y COMUNITARIA

De la superficie total de olivar que hay en el mundo (unos 10 millones de hectáreas), más de un millón de hectáreas se dedica a la producción de aceitunas de mesa.

La producción media mundial en las últimas cinco campañas asciende a casi 2,5 millones de toneladas, de las cuales más de un 45% son europeas y más de un 20% españolas. De la producción comunitaria total, corresponde a España casi el 75%.

A este respecto, después de España, los países con mayor producción de aceituna de mesa son Turquía, Egipto, Siria, Argelia, Argentina y Grecia.

La producción mundial de aceituna de mesa en la campaña 2018/2019 fue de 2,56 millones de toneladas, un 22% menos que lo se produjo en el año anterior, según datos del COI. Después de la Unión Europea, el país que más aceituna de mesa produjo fue Egipto y el tercero Turquía.

En cuanto a la campaña 2019/2020, el COI estima que se producirán en el mundo 2,92 millones de toneladas, un 14% más que en la campaña precedente. Además de la Unión Europea, Egipto y Turquía, otros países con

grandes producciones de aceitunas de mesa son Argelia, Argentina y Marruecos.

En la campaña 2019/2020, Egipto se situó como primer país productor del mundo por delante de España, por su excelente cosecha.

A nivel Europeo, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2018/2019 ascendió a cerca de 822.000 toneladas, un volumen inferior en un 9,3% al de la campaña precedente, según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI).

Para la campaña 2019/2020, las previsiones de este organismo señalan que habrá un retroceso del 1,6% en la cosecha comunitaria, hasta alcanzar unas 809.000 toneladas.

Además de España, que aporta más de la mitad de la producción, el otro gran país productor de la UE-28 es Grecia, que en la campaña 2019/2020 aumentó notablemente su producción (207.000 toneladas, 33.000 toneladas menos que en la campaña precedente, que fue muy mala para la producción de aceituna de mesa en el país heleno).

El tercer país en producción es Italia, con 74.000 toneladas en la campaña 2019/2020 (unas 34.000 más que en la campaña anterior) y tienen también producciones de aceituna de mesa Malta, Portugal, Chipre, Francia y Croacia, pero su volumen de producción es considerablemente más bajo. ■

CONSUMO EUROPEO

La Unión Europea es el gran consumidor de aceituna de mesa del mundo, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Por detrás, a muy corta distancia, se sitúan Egipto y Turquía.

En la campaña 2018/2019 se situó, según el COI, en 576.000 toneladas (un 3% menos) y en la campaña 2019/2020 el consumo de aceitunas comunitario alcanzó las 588.500 toneladas, el volumen más alto de los últimos años.

España es el primer país de la Unión Europea en consumo de aceituna, seguido de Chipre, Malta y Grecia.

En España según el Panel de Consumo Alimentario, que publica el Ministerio de Agricultura, el consumo en los hogares de aceitunas de mesa en 2019 se mantuvo más o menos estable. En nuestro país, el consumo en los hogares supone alrededor del 75% del consumo nacional



de aceituna de mesa y el resto es consumo en hostelería y restauración.

El dato del consumo de aceituna correspondiente a la hostelería y la restauración no está actualizado desde hace años.

El consumo medio por persona y año en los hogares españoles se situó en 2,43 kilos (un 4% menos que un año antes) y el gasto per cápita en 7,20 euros (un 6,4% menos), según datos del Panel de Consumo. ■

CONSUMO MUNDIAL

Por su lado, el consumo mundial de aceituna de mesa en la campaña 2019/2020 volvió a crecer, continuando la tendencia de campañas anteriores. Según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI), se consumieron en el mundo 2,79 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña 2018/2019, cuando se produjo una caída importante del consumo como consecuencia principalmente del descenso que se registró en Estados Unidos.

En este país, el consumo en la campaña 2018/2019 descendió hasta las 182.000 toneladas, según datos del COI, pero las previsiones para la campaña 2019/2020 auguraban una recuperación del consumo hasta superar las 207.500 toneladas.

Fuera de la UE, destaca por su consumo per cápita países como Albania, Argelia, Turquía y Líbano. Asimismo, a menor escala son también grandes consumidores de aceituna Siria, Rusia, Argelia, Brasil, Irán, Marruecos, Jordania y Canadá. ■

COMERCIO MUNDIAL

Respecto al comercio, según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) la exportación media mundial en la campaña 2018/2019, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó las 676.500 toneladas (peso neto escurrecido), un volumen superior al de la campaña anterior. Asimismo, en la campaña 2019/2020 las previsiones del COI apuntan a que se alcanzarán unas exportaciones totales de 698.000 toneladas, también un volumen superior al de la campaña precedente.

España es el primer país exportador de aceituna de mesa del mundo, seguido a gran distancia por Egipto, Marruecos, Turquía, Grecia, Argentina, Perú, Siria, Portugal y Estados Unidos.

De las exportaciones totales en la campaña 2018/2019, casi la mitad (300.000 toneladas) correspondieron a las ventas desde la Unión Europea. En la campaña siguiente, las exportaciones se redujeron en consonancia con la evolución de la exportación española. ■

CARACTERÍSTICAS DE LA ACEITUNA

La aceituna de mesa es el fruto de variedades determinadas del olivo cultivado (*Olea Europea Sativa*), cogido en el estado de madurez adecuado que, sometido a un determinado proceso de elaboración, proporciona un producto listo para el consumo y de buena conservación. Es una drupa que contiene un principio amargo (oleuropeína), un bajo contenido en azúcares (de 2,6 a 6%, en contraste con el resto de las drupas que alcanzan el 12% o más) y un elevado contenido en aceite: desde el 12% al 30%, según el estado de madurez y la variedad de la aceituna.

Todas estas características hacen que la aceituna sea un fruto que no se puede consumir tal como está en el árbol, sino que hay que someterlo a unos procesos que varían dependiendo de la variedad y de la zona geográfica donde se producen.

No obstante, algunas aceitunas se convierten en frutos dulces en el propio árbol al avanzar el proceso de ma-

duración. La oleuropeína propia de la aceituna debe de ser eliminada por su fuerte sabor amargo, aunque no es perjudicial para la salud.

En general, los frutos se someten a tratamientos con hidróxido sódico o potásico, salmuera o sucesivos lavados con agua, según los sistemas y hábitos locales de elaboración. ■

TIPOS Y PRESENTACIONES

La aceituna de mesa es un aperitivo perfecto por ser una opción saludable. Dependiendo de su coloración, del momento en el que se han recogido y del proceso de elaboración llevado a cabo, se distinguen tres tipos de aceituna: verdes (aceitunas obtenidas de frutos de tamaño normal, recogidos en su punto de maduración); de color cambiante (aceitunas recogidas antes de su completa madurez y con frutos de color morado, rosáceo o castaño) y negras (aceitunas que proceden de frutos que no están totalmente maduros y que una vez tratadas adquieren su color negro característico).

En cuanto a las presentaciones que se pueden encontrar en el mercado, destacan las aceitunas enteras (las que conservan su forma original y a las que no se les ha sacado el hueso), las deshuesadas, las rellenas (aceitunas deshuesadas que se rellenan con uno o más ingredientes como pimienta, cebolla, atún, anchoa, salmón, almendra, etc.), las saladas (aceitunas cortadas en gajos o lonjas y deshuesadas); las lonjas (aceitunas deshuesadas o rellenas cortadas en aros de un grosor similar) y las aceitunas alcaparradas (enteras o deshuesadas, con o sin relleno, generalmente de tamaño pequeño y acompañadas de alcaparras). ■



ACEITUNAS DE MESA

El sector de la aceituna de mesa genera más de 8.000 empleos directos y miles de jornales, tanto en el campo como en las industrias.

La Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa, (ASEMESA), que es la organización que representa a la industria de elaboración, comercialización y exportación de este producto, estima que el subsector representa el 27% del empleo generado en el sector de las conservas y preparados vegetales, así como también el 22% del valor generado por este subsector a efectos del Producto Interior Bruto (PIB). Más concretamente, ASEMESA calcula que su aportación al PIB ronda los 1.000 millones de euros al año.

A pesar del elevado número de operadores, en los últimos años se han detectado fuertes procesos de concentración y modernización. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), en la campaña 2019/2020 había en España 416 instalaciones dedicadas al entamado de la aceituna.

Por regiones, el 53% de estas empresas se encontraba en Andalucía; el 25% en Extremadura; el 9% en Aragón; el 3% en Cataluña y el 3% en Murcia. El 7% restante se distribuía por varias regiones.

Además de las entamadoras, el sector industrial también se compone de instalaciones dedicadas al envasado. En la campaña 2019/2020 estaban registradas 280 empresas envasadoras, según datos de AICA. Esta cifra era superior a la de un año antes.

De esas instalaciones dedicadas al envasado, el 42% estaba en Andalucía, el 13% en Extremadura; el 9% en Aragón; el 7% en Madrid y el 8% en Cataluña. Había otras muchas envasadoras que juntas sumaron el 21% del total, que estaban distribuidas en varias regiones.

El principal grupo empresarial del sector facturó en 2019 un total de 150 millones de euros, de los cuales 140 procedieron del comercio exterior. Desde su planta de Sevilla distribuye en torno a 65.000 toneladas de aceituna neta al año y el resto de su producción corresponde a sus filiales.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS DE MESA Y ENCURTIDOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Sovena España, S.A. *	537,99
Deoleo, S.A. - Grupo *	561,95
Borges Agricultura & Ind. Edible Oils, S.A. *	400,00
Urzante, S.L. *	202,50
F.J. Sánchez Sucesores, S.A. *	200,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	212,90
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	187,90
Agro Sevilla Aceitunas Soc. Coop. And. - Grupo *	150,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	202,19
DCCOOP. Aceitunas de mesa.	141,81

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019

*Incluye la facturación de otras producciones.

El segundo grupo empresarial llegó a 120 millones de euros de facturación, de los que 65 correspondieron al negocio exterior. ■

COMERCIO EXTERIOR

España es el primer productor y exportador de aceitunas de mesa en el mundo. La demanda interna es completamente insuficiente para absorber los actuales niveles de producción, por lo que el comercio exterior constituye un factor esencial para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector.

En el año 2019, los envíos españoles de aceituna de mesa (incluidos los realizados a la Unión Europea), totalizaron 345.197 toneladas (peso neto escurrido), lo que supuso un aumento de casi el 18%. Hay que reseñar que en 2018 se produjo una importante caída de las ventas al exterior en volumen.

El valor de las ventas, según datos de la Dirección General de Aduanas, ascendió a 758 millones de euros.

España exporta aceitunas a más de 180 países. El grueso de las exportaciones españolas de aceituna de mesa se dirigió a la UE. En 2019 se enviaron el 43% del total exportado, con un incremento del 11,7% en volumen y del 5,1% en valor (las ventas sumaron 318 millones de euros). Por detrás de la UE se situaron las exportaciones a Estados Unidos, que crecieron pese a todo un 24,6% en volumen y un 7% en valor (95.543 toneladas y 207 millones de euros).

El tercer destino de la aceituna de mesa española son los Países Árabes (32.197 toneladas en 2019, un 8,5% más) y el cuarto, los países del Este y Balcánicos (31.349 toneladas, un 25% más).

Finalmente, se produjeron envíos de aceituna a Centroamérica y Sudamérica (16.937 toneladas en 2019), que fueron además los que más crecieron con relación al año precedente: un 47,7%.

En 2019, las exportaciones hacia Estados Unidos se vieron amenazadas por una importante subida de los arance-

les aplicados por ese país a las aceitunas (básicamente aceitunas negras).

En cuanto a las importaciones de aceitunas de mesa, lo cierto es que son muy poco relevantes y se sitúan en torno a unas 5.000 toneladas anuales. La principal partida es la formada por las aceitunas griegas de Kalamata, aunque también se reciben algunos envíos provenientes de Marruecos y, en ocasiones, de Argentina. ■

CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 112,1 millones de kilos de aceitunas y gastaron 332,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,4 kilos de consumo y 7,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las aceitunas envasadas rellenas (1 kilo por persona y año), seguido de las

aceitunas envasadas con hueso (0,6 kilos per cápita). En términos de gasto, las aceitunas envasadas rellenas concentran el 37,1% del gasto, con un total de 2,7 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 21,0% y un total de 1,5 euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ACEITUNAS	112,1	2,4	332,2	7,2
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	28,0	0,6	69,7	1,5
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	20,9	0,5	51,9	1,1
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	46,6	1,0	123,4	2,7
RESTO ACEITUNAS	16,7	0,4	87,2	1,9



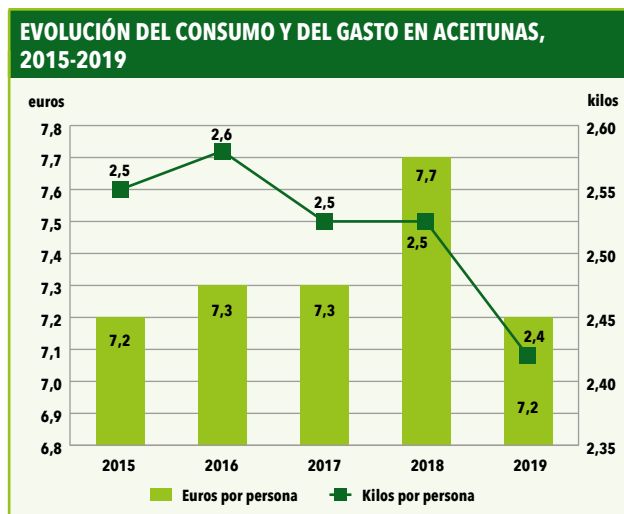
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

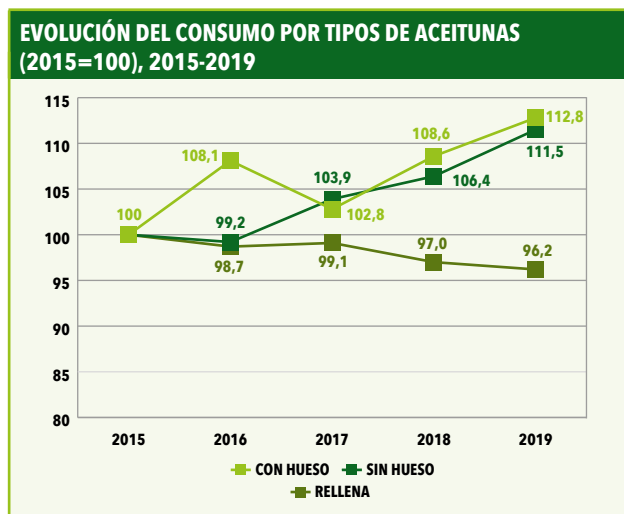
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceitunas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- 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 de población (por encima 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 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 Extremadura, Castilla-La Mancha y Canaria. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

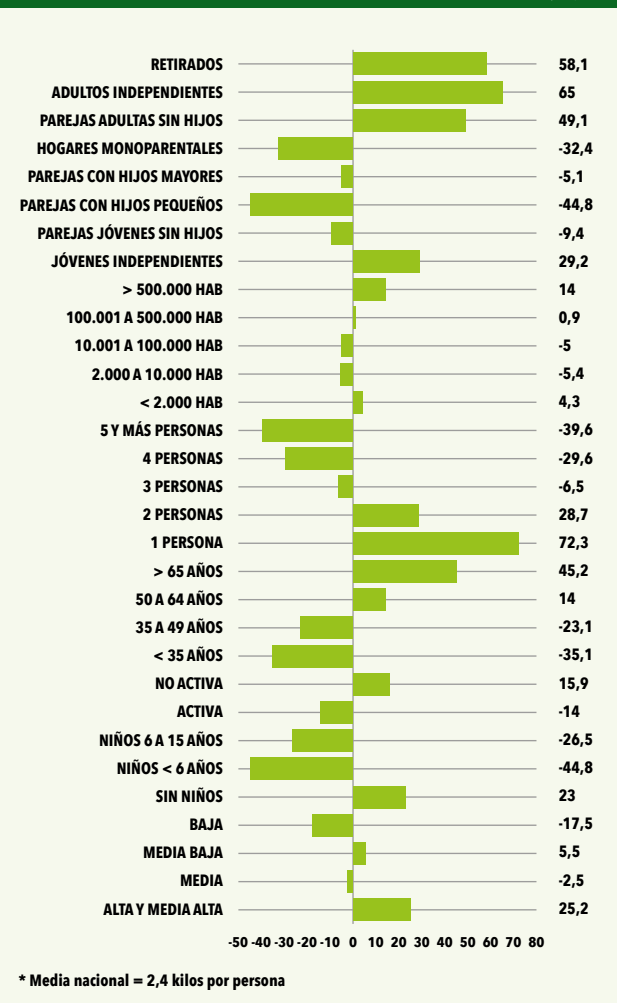
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de aceitunas se ha mantenido estable. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (2,6 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2018 (7,7 euros por consumidor).



En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de aceitunas sin hueso y de aceitunas con hueso ha aumentado, mientras que en las aceitunas rellenas se ha producido un ligero descenso. ■



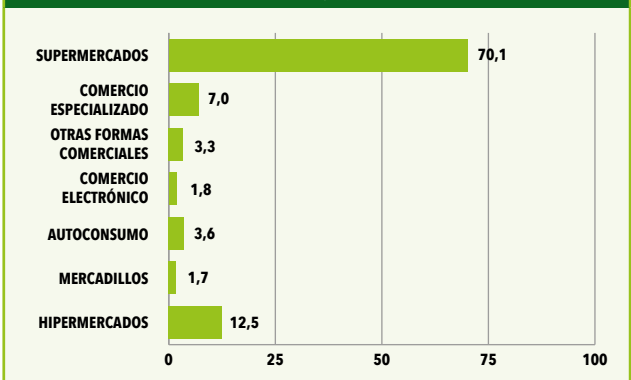
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITUNAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (70,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 12,5% y los establecimientos especializados llegan al 7,0%. El autoconsumo representa una cuota del 3,6%, los mercadillos acaparan el 1,7% y el comercio electrónico representa un 1,8%. Otras formas comerciales suponen el 3,3% restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 26,1 millones de kilos de encurtidos y gastaron 86,5 millo-

nes de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 1,9 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL ENCURTIDOS	26,1	0,6	86,5	1,9

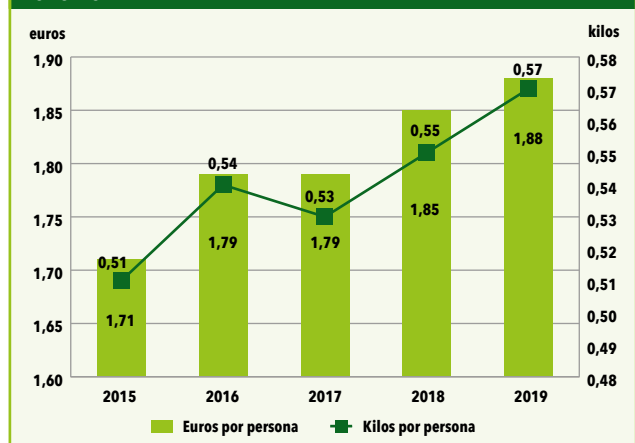


EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

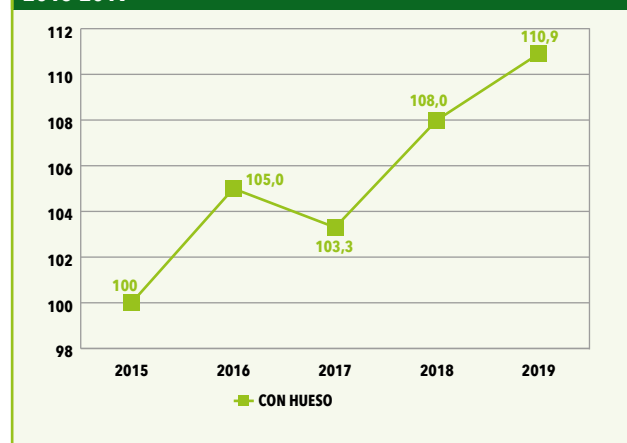
Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha subido 0,06 kilos por persona y el gasto se ha mantenido estable, con ligeras variaciones (subida de 17 céntimos de euro). En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2019, con 0,57 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2019 con 1,88 euros por consumidor.

En el periodo 2015-2019 y respecto a la demanda de 2015, el consumo de encurtidos ha seguido una tendencia ascendente hasta el año 2016, produciéndose un pequeño descenso en el ejercicio 2017 pero que se ha recuperado durante los últimos años. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2015-2019



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ENCURTIDOS (2015=100), 2015-2019



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

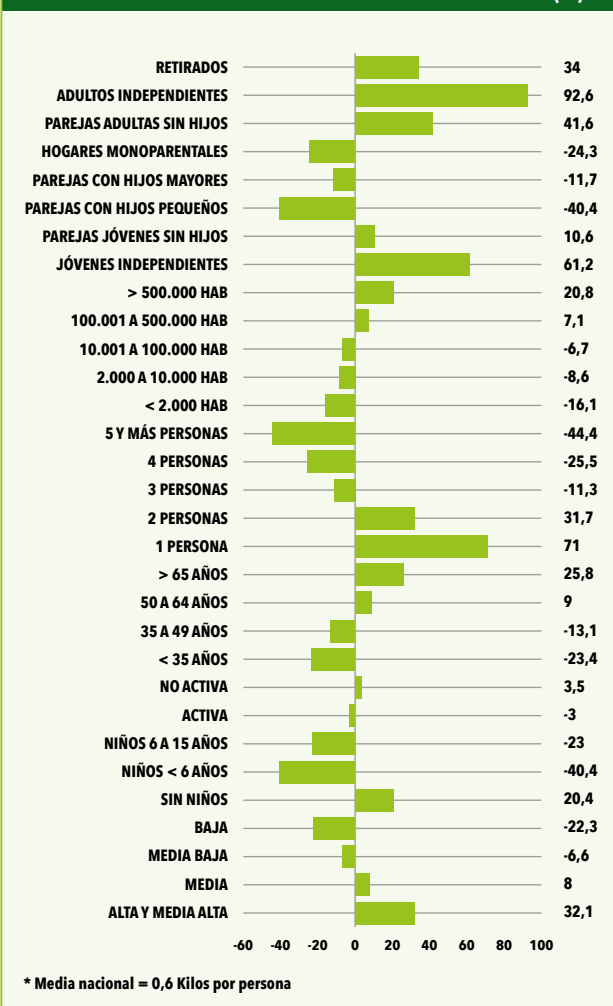
En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de encurtidos es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años el consumo de encurtidos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de encurtidos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de encurtidos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 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 y jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Comunidad de Madrid, La Rioja y Navarra presentan los mayores consumos de encurtidos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Extremadura y Galicia. ■

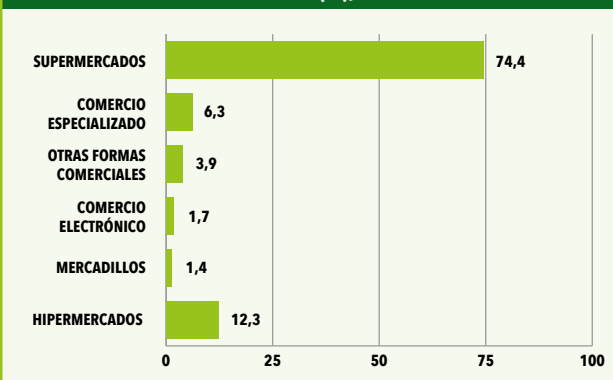
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (74,4% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 12,3% y los establecimientos especializados llegan

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ENCURTIDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



al 6,3%. Los mercadillos representan el 1,4%, el comercio electrónico el 1,7% y otras formas comerciales el 3,9% 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



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 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 pimienta, que le dan ese característico aroma y sabor. La Denominación de Origen reconoce tres productos diferenciales según su grado de fermentación y amargor: aceitunas verdes frescas, tradicionales y curadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas unas 2.000 familias recolectoras, con una superficie de unas 23.000 hectáreas de olivar que producen unos 20.000.000 de kilos anuales, de los cuales se han aderezado unos 5.000.000 de kilos.

OLEAGINOSAS

A grandes rasgos, se denominan oleaginosas a una serie de plantas de cuya semilla se puede obtener aceite para consumo humano, pero también se destinan a la producción de aceites industriales y a la alimentación animal.

En el mundo, la planta oleaginosa más cultivada es la soja, pero también son importantes la colza y el girasol. El girasol es una planta de la familia de las compuestas, cuyo origen se cree que está en Norteamérica; la colza es originaria de Europa y la soja, que es la gran abastecedora de proteína vegetal del mundo, de Asia.

Además de estos tres grandes cultivos, también se consideran oleaginosas la palma (de la que se obtiene aceite), el maní y el lino, que también se utiliza en la industria textil.

El aceite de soja es el de mayor producción mundial, seguido del aceite de palma, colza y girasol. Estos aceites de semillas oleaginosas cubren la demanda mundial, junto con el aceite de oliva y las grasas animales. La gran ventaja de los aceites de semillas oleaginosas es que además de grasas producen también proteínas.

OLEAGINOSAS EN ESPAÑA

Las principales especies cultivadas en España son el girasol (familia de las compuestas), la colza y nabina (familia de las crucíferas) y, menos representativas, la soja (familia de las leguminosas), la camelina (familia de las crucíferas) y el cártamo (familia de las compuestas).

La producción española de semillas oleaginosas representa aproximadamente el 4% de la producción de la Unión Europea, con cuotas que van desde el 10% en el caso del girasol, al 0,4% en el de la colza.

La campaña de comercialización de estos sectores comprende desde el 1 de julio, al 30 de junio del año siguiente.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las oleaginosas se engloba dentro de los cultivos industriales, que registraron en 2019 una caída en volumen de su producción en volumen del 17,4% y una caída de precios de 2,2% (en el año anterior fue casi del 6%).

PRINCIPALES PRODUCCIONES OLEAGINOSAS (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
COLZA	225,0	141,9	175,2	144,1
GIRASOL	772,0	841,7	950,3	788,2
SOJA	3,0	4,6	4,2	4,7
TOTAL	1.000	1.033,7	1.130	937

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE GIRASOL EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	48.230	47.850	50.540	54.980
UE-28	8.739	10.403	9.973	10.077
ESPAÑA	772,0	841,7	950,4	788,2

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GIRASOL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	376,6	319,9	299,9
ARAGÓN	22	28,2	21
CASTILLA Y LEÓN	280,8	411,5	312,4
CASTILLA-LA MANCHA	122,8	151,4	116,3
EXTREMADURA	18,8	17,6	16,4
NAVARRA	8,1	7,5	8,2
OTRAS CC.AA.	12	14,3	14
TOTAL ESPAÑA	841,7	950,4	788,2

FUENTE: MAPA

En España la producción de las principales semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), registró en el año 2019 un cambio de tendencia a la baja, tras la subida de la campaña anterior. Así, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en la campaña 2018/2019 (que va de julio a junio) la superficie destinada al cultivo de colza, soja y girasol sumó 771.000 hectáreas y la producción quedó en 1,13 millones de toneladas.

Por su lado, en la campaña 2019/2020 la producción resultante fue 937.000 toneladas, a pesar de que la super-

ficie se mantuvo. La caída de la producción fue consecuencia del descenso de los rendimientos obtenidos en la última campaña.

En España, la semilla oleaginosa que más se cultiva - y con mucha diferencia- es el girasol. En 2019 (campaña 2019/2020) se produjeron 788.200 toneladas, un volumen inferior en un 17% al cosechado en la campaña precedente.

Por su lado, la colza registró un descenso de producción del 18% después de que el cultivo aumentara en el año anterior. Al final, se recogieron 144.100 toneladas, en una superficie de 69.400 hectáreas, menor que la del año 2018.

En los últimos años, la colza ha experimentado un gran desarrollo, especialmente en el centro del país.

Por su lado, la producción nacional de soja, que es muy minoritaria, fue en 2019 la única que aumentó, pues en el año precedente había sido la única con descensos. En concreto, se produjeron unas 4.700 toneladas, 500 toneladas más que un año antes, en la misma superficie. El aumento de la cosecha de soja fue por tanto consecuencia de unos mejores rendimientos.

TORTAS Y HARINAS

Además de la producción de semillas, también hay en España una pequeña producción de harinas y tortas de semillas oleaginosas. En la campaña 2018/2019 (de julio a junio) la producción utilizable de estas tortas y harinas ascendió a 2,98 millones de toneladas, de las que 2,1 millones eran derivados de la soja.

Por su parte, según los datos del MAPA, en la campaña 2019/2020 la producción total se redujo a 2,8 millones de toneladas, de las que 2 millones correspondían a la soja.

BALANZA COMERCIAL DEFICITARIA

En cuanto al comercio exterior, el sector de las oleaginosas tiene un marcado carácter importador, con grandes variaciones mensuales, si bien en los últimos años las importaciones han ido descendiendo. El grueso de las importaciones de estas semillas (cerca del 80%), procede de países terceros.

Por su lado, las exportaciones de España también se dirigen mayoritariamente a países terceros, aunque el porcentaje no es tan grande como el de las importaciones.

PRODUCCIONES DE COLZA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	69.490	75.020	72.610	68.200
UE-28	20.102	22.020	20.015	16.716
ESPAÑA	225,0	141,9	175,2	144,1

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017	2018	2019
ANDALUCÍA	26	13,5	8
ARAGÓN	8,3	11,3	13,2
CASTILLA Y LEÓN	40,3	52,1	48,9
CASTILLA-LA MANCHA	22	32,7	30,2
CATALUÑA	25	38	18,1
NAVARRA	13,3	14,4	14,6
OTRAS CC.AA.	7	13	11
TOTAL ESPAÑA	141,9	175,2	144,1

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE SOJA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	348.300	341.740	360.260	335.350
UE-28	2.481	2.672	2.833	2.874
ESPAÑA	3,0	4,6	4,2	4,7

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE SOJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2017	2018	2019
CASTILLA Y LEÓN	0,8	0,5	0,48
ARAGÓN	0,9	1,2	2,2
EXTREMADURA	2,3	2,2	1,8
OTRAS CC.AA.	0,6	0,3	0,3
TOTAL ESPAÑA	4,6	4,2	4,7

FUENTE: MAPA.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)				
IMPORTACIONES	2016	2017	2018	2019
HABAS DE SOJA	3.173	3.395,7	3.398	3.261
SEMILLAS DE GIRASOL	460,3	461,9	413	532,8
HARINA DE SOJA	36,8	45	40,7	28,5

FUENTE: DG Aduanas.

El subgrupo habas de soja representa el 67% en valor del total de las importaciones del grupo de oleaginosas.

En 2019, datos de la campaña 2019/2020, las importaciones de todas las semillas oleaginosas sumaron 3,78 millones de toneladas, un volumen ligeramente por debajo del importado en la campaña precedente.

El grueso de estas importaciones (3,1 millones de toneladas en 2019) correspondieron a las semillas de soja.

En cuanto a las harinas y tortas, en la campaña 2019/2020 las importaciones sumaron más de 3,5 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña precedente.

Asimismo, se exportaron unas 450.000 toneladas de harinas y tortas oleaginosas, volumen inferior al del año 2018.

OLEAGINOSAS EN LA UE

La producción de cultivos oleaginosos en la Unión Europea durante el año 2019 alcanzó un valor, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, de 8.426 millones de euros, un 8,6% menos que en 2018, según datos de la Comisión Europea.

El valor generado por estos cultivos, que lleva varios años descendiendo en la UE, representó el 4,3% de la Producción Vegetal final, así como también el 2,4% de la Producción Agraria final, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año precedente.

La UE es el principal productor mundial de colza, con Francia y Alemania a la cabeza. Precisamente la colza es la semilla oleaginosa que más se produce en la UE (casi el 59% del total), seguida del girasol y las habas de soja (a nivel mundial, la soja ocupa el primer puesto con mucha diferencia).

Actualmente no existen medidas de apoyo específicas para las semillas oleaginosas, pues cerca de dos tercios de lo que se consume en Europa cada año se produce también en la UE.

Sin embargo, para la alimentación animal la UE depende totalmente del mercado exterior, pues prácticamente la mitad de lo que se consume se tiene que importar a arancel cero desde terceros países.

A este respecto, las semillas oleaginosas se utilizan para alimentos, piensos, combustibles y para fines industriales. La trituración de las semillas oleaginosas proporciona aceites vegetales y harina. El aceite vegetal se usa generalmente en la industria alimentaria o para producir



biodiésel, mientras que las comidas de semillas oleaginosas son un componente importante de la alimentación animal.

Alrededor de dos tercios de las semillas oleaginosas que se consumen en la UE cada año son de producción propia, pero la UE importa también cerca de la mitad de las harinas de semillas oleaginosas utilizadas anualmente en la alimentación animal.

En el conjunto de los 28 Estados Miembros de la UE, la producción de oleaginosas en el año 2019 superó los 29,7 millones de toneladas, un 9,7% menos que en el año anterior. En 2019, la mayor cosecha en volumen fue la de colza y la menor, la de linaza.

En concreto, la producción colza descendió sensiblemente en 2019, pasando de 20 millones de toneladas, a 16,7 millones, según datos de la Comisión. Francia es la mayor productora de la UE, seguido de Alemania y del Reino Unido.

Por su lado, la cosecha de girasol se incrementó por encima de los 10 millones de toneladas, pero no superó la histórica cifra del año 2017.

La UE es el tercer productor mundial de girasol, detrás de Ucrania y Rusia. Dentro de la UE, Rumania es el pri-

mer productor comunitario seguido de Bulgaria, Francia y Hungría. España ocupa el cuarto o quinto puesto en el ranking comunitario dependiendo de factores climatológicos, fundamentalmente la sequía, ya que en relación con la superficie cultivada ocupa el tercer puesto, por detrás de Rumania y Bulgaria.

Por su lado, la producción comunitaria de soja se situó en 2,87 millones de toneladas, cifra ligeramente por encima de la alcanzada un año antes. La superficie de soja en la UE es muy reducida y la mitad de la producción se localiza en Italia.

Finalmente, la producción de semilla de linaza ascendió a 105.000 toneladas, muy por debajo de la producción del año precedente. En este cultivo sí se aprecia un cierto retroceso en los últimos años.

En la Unión Europea existe un déficit de suministro externo de tortas de oleaginosas, que junto con las harinas de pescado contribuyen al suministro de los productos proteicos consumidos por la extensa ganadería comunitaria. La demanda anual de este tipo de productos ronda los 50 millones de toneladas, mientras que la producción comunitaria no llega ni a cubrir el 20% de esa cantidad. Asimismo, también hay una nueva dependencia de las oleaginosas foráneas para la obtención de biodiesel.

Según datos de la Comisión Europea, en la campaña 2019/2020 (que va de junio a julio del siguiente año) se importaron 5,8 millones de toneladas de colza (42% más que un año antes); 14,9 millones de toneladas de soja (1% más) y más de un millón de toneladas de girasol (el doble que en la campaña anterior).

A estas cantidades se sumaron las importaciones de aceites oleaginosos, especialmente de aceite de palma, que sumaron 8,4 millones de toneladas más. Asimismo, son importantes las importaciones de harinas de semillas oleaginosas, que en 2018 sumaron 20,9 millones de toneladas, un volumen menor que un año antes. Los países a los que más oleaginosas compró la UE fueron Brasil, Ucrania y Rusia.

En cuanto a las exportaciones, el volumen vendido en el exterior fue mucho menor que en el año anterior.

OLEAGINOSAS EN EL MUNDO

En el mundo, aproximadamente el 80% de la producción de oleaginosas corresponde a las cosechas de girasol, soja y colza. El 20% restante corresponde a las

producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

La producción mundial de semillas oleaginosas en 2019 se elevó por encima de los 575 millones de toneladas, un volumen inferior en 25 millones de toneladas al del año precedente, según datos del Gobierno de Estados Unidos. La mayor parte de esta producción mundial de oleaginosas correspondió a la cosecha de semillas de soja (335 millones de toneladas, un 7% menos que un año antes). La utilización principal de la soja es la fabricación de piensos para la alimentación animal.

Igualmente, la producción mundial de girasol aumentó un 8,7% con respecto al año anterior, situándose en 55 millones de toneladas.

Por el contrario, fue inferior un año más la producción mundial de colza (68,2 millones de toneladas frente a los 72 millones de la campaña 2018/2019).

En cuanto a la producción de harinas oleaginosas, en la campaña 2018/2019 se produjeron en el mundo 332,5 millones de toneladas y en la campaña 2019/2020, 339 millones de toneladas, según datos del Gobierno norteamericano.

Finalmente, en esa misma campaña la producción mundial de aceites oleaginosos ascendió a 205 millones de toneladas, siendo el aceite de palma el grueso de esta producción y el que más se incrementó con relación a la campaña precedente. ■



ACEITES DE SEMILLAS

Los aceites de semillas son aquellos que se producen a partir de frutos o semillas en condiciones que permiten obtener un producto aceptable. De hecho, estos aceites no pueden destinarse al consumo si previamente no han sido sometidos a un proceso de refinado.

Según la Asociación Industrial de Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC), los aceites vegetales de semillas se pueden comercializar bajo el nombre de la semilla de la cual proceden, siendo los más vendidos en nuestro país los aceites refinados de girasol, soja y los aceites de germen de maíz.

Estos aceites también se pueden comercializar con la denominación genérica “aceite de semillas”, cuando esté constituido por la mezcla de dos o más aceites procedentes de las semillas antes mencionadas. ■

MERCADO ESPAÑOL

El mercado español de aceites envasados de semillas alcanzó durante 2019 unas ventas cercanas a las 352.860 toneladas, de las que más de 304.840 toneladas corresponden al aceite de girasol.

A mucha distancia se sitúan el aceite de semillas refinado (42.100 toneladas), el aceite de soja (3.030 toneladas) y el aceite de maíz (690 toneladas).

Todos los otros aceites (algodón, colza, pepita de uva y cacahuete) tienen unos volúmenes de venta muy poco significativos.

Con respecto al año anterior, en 2019 se produjo una caída del total de ventas de aceites de semillas envasados del 0,8%, aunque en el sector del girasol la caída fue del 0,4%. Asimismo, por el contrario, en el segmento de los aceites de soja se produjo un aumento del 34% con respecto al año anterior.

En términos generales, el aceite de girasol representó alrededor del 87% de las ventas totales de aceites de semillas, mientras que los aceites de mezclas sumaron el 12%.

Por su lado, el valor de las ventas de semillas en libre-servicio (híper y súper de más de 100 m² en Península, Baleares y Canarias) llegó en el año 2019 hasta 203,8 millones de litros, con un valor de 226 millones de euros, según estimaciones de la consultora IRI. Con respecto

al año anterior, se produjo una caída del volumen del 6,4% y en valor del 8,5%.

El comportamiento del aceite de girasol en el mercado español constituye la contrapartida de lo que ocurre con el aceite de oliva. Cuando este último incrementa sus ventas, las del otro disminuyen y a la inversa. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales constituyen los dos rasgos principales del sector empresarial español de aceites de semillas. Ante la madurez del mercado interior, las exportaciones constituyen un elemento clave para la sostenibilidad de los principales grupos comercializadores de este tipo de aceites. En España la valorización del aceite de semillas resulta bastante difícil.

La principal empresa del sector registró en 2019 una producción de 86.908 toneladas, de las que 77.250 toneladas correspondieron al aceite de girasol. La empresa disminuyó su cifra de negocio, aunque se mantuvo como líder. El segundo operador llegó a las 38.000 toneladas (97% de aceite de girasol); el tercero rondó las 32.600 toneladas (84,6% de aceite de girasol); el cuarto se situó en las 29.500 toneladas (95% de aceite de girasol) y el quinto alcanzó las 25.516 toneladas (92% de aceite de girasol). Con unas ventas que van de las 18.500 y las 5.000 toneladas anuales había otros diez operadores en este mercado.

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	86.908
F. Faiges, S.L.	38.000
Urzante, S.L.	37.000
Grupo Ybarra-Migasa	32.600
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	29.500
Aceites Abril, S.L.	25.516
Deoleo, S.A.	18.528
Aceites Málaga S.L.	14.960
Coreysa, S.A.	12.519
Cargill, S.L.	10.000

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

Las marcas de distribución (MDD) son absolutamente hegemónicas y su cuota de mercado se incrementa de año en año. De representar el 79,7% en 2018, se pasó al 82,4% en el año 2019, según datos de la consultora Nielsen.

La primera oferta con marca de fabricante (MDF), por su parte, se quedó en el 5,6% en volumen y el 7,8% en valor, mientras que la segunda llegó al 2,5% y el 3,2% respectivamente y la tercera se situó en el 2% en volumen y el 2,3% en valor. ■

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de aceites de semillas se han convertido en la auténtica válvula de escape para facilitar la comercialización de los excedentes de producción, ya que la demanda interna resulta incapaz de absorber la oferta generada por las principales empresas del sector.

Durante 2018 se exportaron algo más de 287.000 toneladas de aceites de semillas, un volumen similar al del año precedente, según datos del ICEX. De este volumen, la principal partida fue el aceite de girasol (61%). En los primeros nueve meses de 2019, las exportaciones habían alcanzado las 187.000, un 16% menos que un año antes. En esos meses aumentaron las exportaciones de aceites

de semillas sobre el mismo período del año anterior; se redujeron ligeramente las de aceite de girasol y bajaron mucho las de aceites de soja y maíz.

La principal partida dentro de las exportaciones fue el aceite de girasol, con el 87% del total, y la segunda, el aceite de mezcla de semillas.

El principal mercado de destino de las exportaciones de aceites de semillas es Francia (23% del total), seguida por Portugal (17%), Sudáfrica (9%), Libia (8%) e Italia (7%).

Por lo que hace referencia a las importaciones, en el año 2018 éstas alcanzaron las 127.600 toneladas, un 11% menos que en el año anterior. La principal partida importada es la de aceites de otras semillas (palma, palmiste, etc., que se usa en la industria alimentaria), con el 67% del total. A continuación, aparecen los aceites de girasol (31%), mientras que los aceites de soja y maíz presentan unas cifras muy reducidas. En los primeros nueve meses de 2019, las importaciones totales sumaron 84.300 toneladas frente a las 88.100 del mismo período del año precedente. En este período se disparó la importación de aceite de semillas.

Los principales proveedores de aceites de semillas para el mercado español son Indonesia (38%), Francia (26,5%), Holanda (13,7%) y Malasia (4,3%) y Portugal (3%). ■

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 181,1 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 211,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,9 litros de consumo y 4,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,6 litros por persona y año), seguido del aceite de semi-

lla (0,2 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 83,2%, con un total de 3,8 euros por persona, seguido del aceite de semilla, con un porcentaje del 12,7% y un total de 0,6 céntimos de euro por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	181,10	3,93	211,05	4,58
ACEITE DE GIRASOL	166,35	3,61	175,89	3,81
ACEITE DE MAIZ	0,55	0,01	0,97	0,02
ACEITE DE SEMILLAS	10,70	0,23	26,72	0,58
ACEITE DE ORUJO	3,51	0,08	7,47	0,16

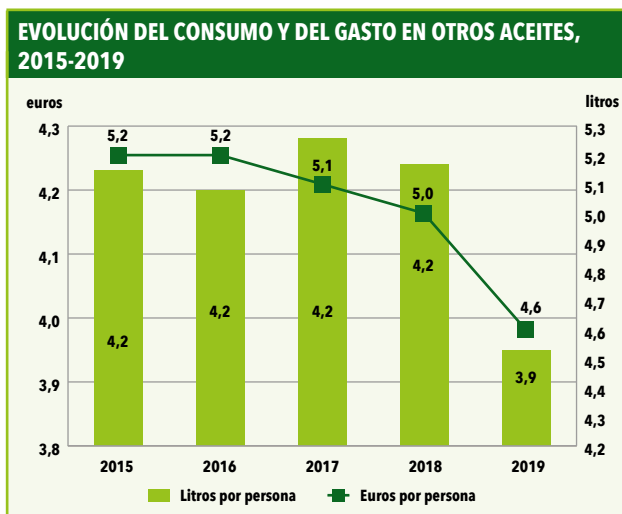
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

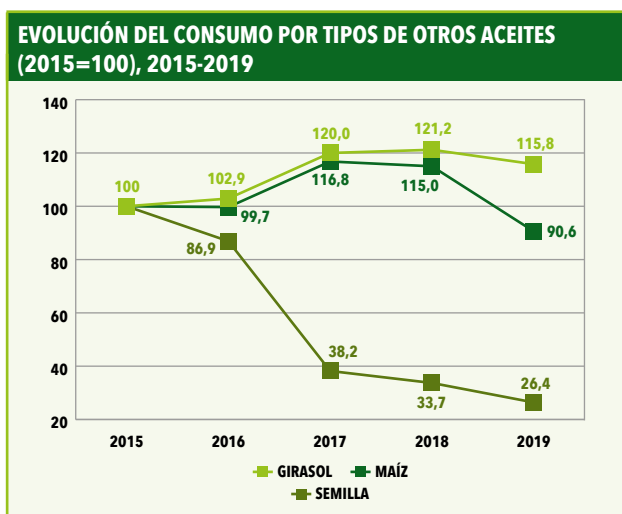
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 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 una persona muestran los consumos más elevados de aceites que no son de oliva, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, las parejas con hijos mayores y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Extremadura y Comunidad de Madrid. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

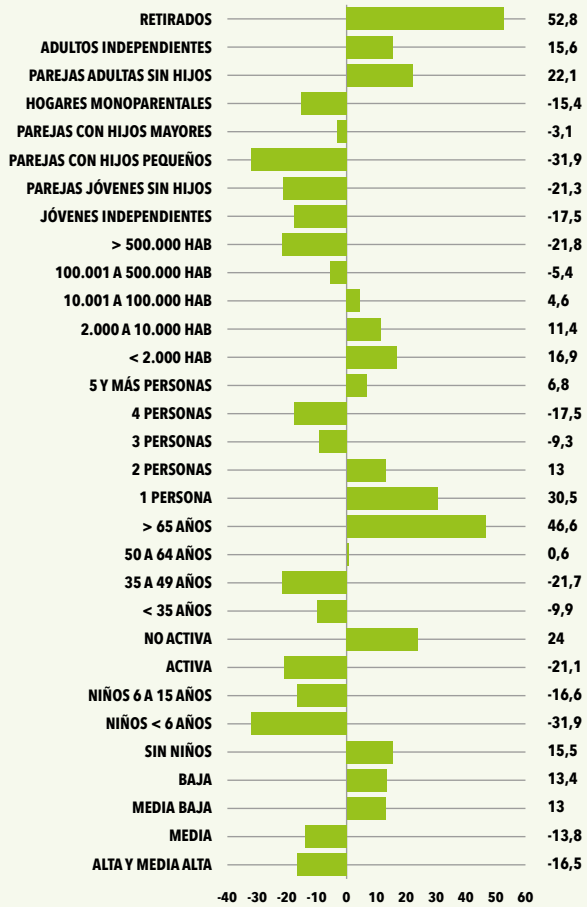
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceites que no son de oliva se ha mantenido bastante estable por persona (descenso de 0,3 litros) mientras que el gasto se ha reducido 60 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se cifra en 4,2 litros durante varios años, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2015 y 2016 (5,2 euros por consumidor).



En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de aceite de girasol aumenta y, por el contrario, en aceite de maíz y en aceite de otras semillas se produce un descenso. ■



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

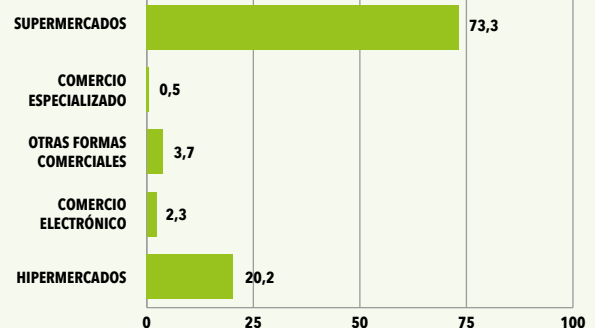


* Media nacional = 3,9 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (73,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 20,2%, seguido del comercio especializado, con 0,5%. El comercio electrónico con 2,3% y las otras formas comerciales con 3,7% completan la cuota restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



MARGARINA

En los últimos años, las ventas de margarina en España han ido descendiendo progresivamente. En 2019, según datos de la consultora Nielsen las empresas dedicadas a esta producción vendieron 30,8 millones de kilos, lo que supuso un retroceso del 2% con respecto al año anterior. La pérdida de cuota de mercado en el segmento de las margarinas la está ganando la mantequilla, que en dicho año incrementó sus ventas un 3% hasta los 18,9 millones de kilos, de acuerdo con las mismas fuentes. El mercado, en cualquier caso, es muy estable.

Dentro del mercado de las margarinas, las que tienen un mejor comportamiento en cuanto a ventas son las vegetales/girasol, que son además las que acaparan el grueso

de las ventas (en torno al 80%). A mucha distancia de éstas se sitúan las margarinas de oliva, maíz, soja, etc.

Las margarinas normales acaparan casi el 90% de las ventas totales, mientras que las llamadas “ligeras” representan el restante 10% restante.

Por su lado, las marcas de distribución (MDD) representan más del 21% del total de las ventas en volumen y también casi el 13% en valor.

En cuanto al comercio, según los datos de Aduanas en 2019 aumentaron las exportaciones hasta 127.615 toneladas (margarinas, mezclas y preparados), mientras que disminuyeron las importaciones hasta 62.285 toneladas. ■



CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 27,2 millones de kilos de margarina y gastaron 87,9 millo-

nes de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 1,9 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL MARGARINA	27,2	0,6	87,9	1,9
MARGARINA LIGHT	4,5	0,1	10,7	0,2
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	0,3	0,0	1,2	0,0
MARGARINA ENRIQUECIDA	16,4	0,4	50,3	1,1

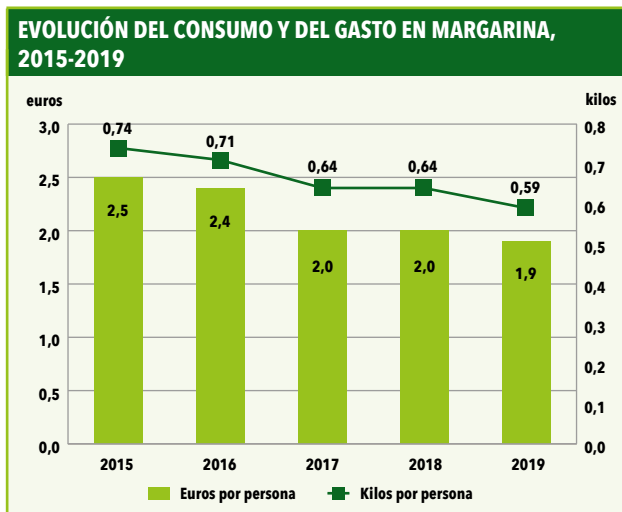
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

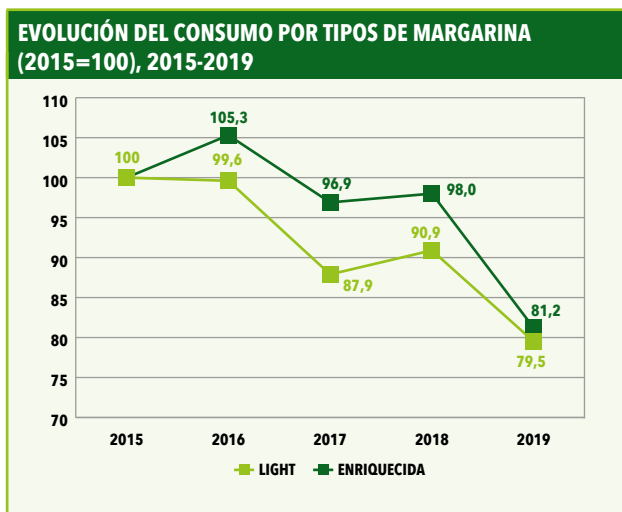
- Los hogares de clase media baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de margarina, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

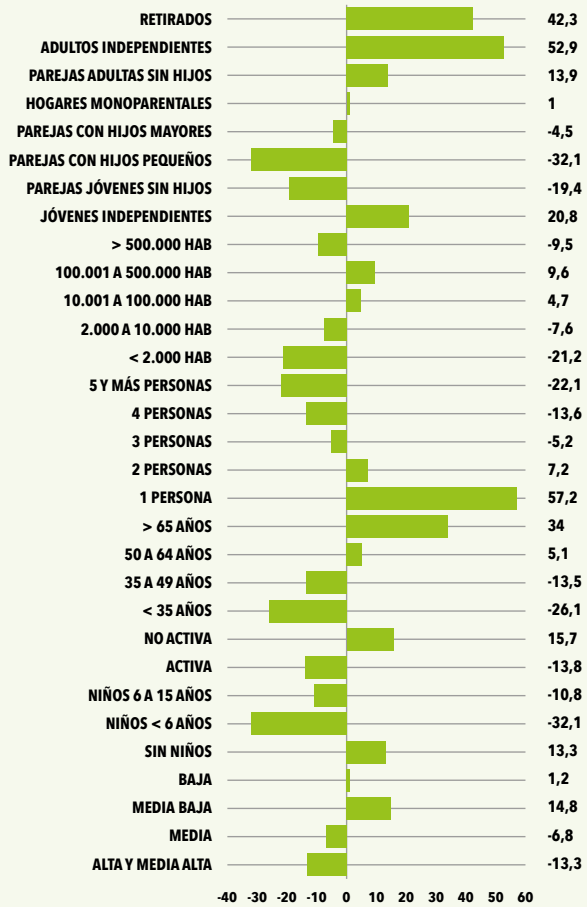
Durante los últimos cinco años, el consumo de margarina se ha mantenido estable aunque con una tendencia descendente, mientras que el gasto ha caído 60 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015 (0,74 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2015 (2,5 euros por consumidor).



En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido similar para ambos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2015, en el consumo de margarina enriquecida y de margarina light se produce un descenso. ■



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

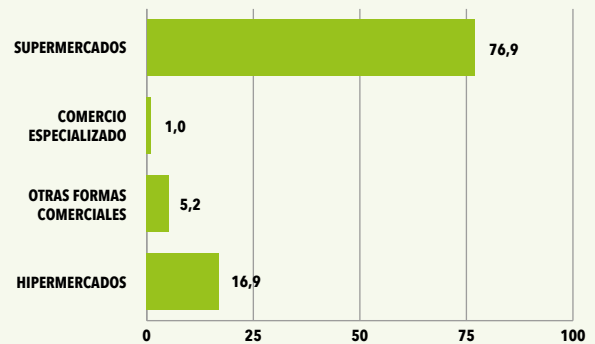


* Media nacional = 0,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (76,9% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 16,9% y los establecimientos especializados llegan al 1,0%. Las otras formas comerciales suponen el 5,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



AZÚCAR



El azúcar es, en esencia, un endulzante de origen natural, constituido por sacarosa pura cristalizada. El azúcar es de color traslúcido, blanco al ojo humano y con el efecto de la luz. Está presente en la caña de azúcar o en la remolacha azucarera, de los que se extrae a nivel industrial.

En sus diversas formas (líquido, en grano, etc.), el azúcar es un ingrediente de calidad fácilmente reconocible por los consumidores.

Su papel en el mundo de la industria alimentaria es muy importante, pues además de endulzar y aportar energía al cuerpo, tiene otras muchas propiedades. Así, por ejemplo, el azúcar tiene la capacidad de conservar los alimentos, contribuye a los procesos de fermentación y también tiene capacidad de humedecer, entre otras muchas. Actualmente no existe ningún ingrediente que por sí mismo sea capaz de reemplazar todas estas funciones. ■

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

Históricamente, la producción de azúcar va unida al cultivo de la caña, pues la extracción del azúcar de la remolacha azucarera no se desarrolló hasta principios del

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2017/2018	2018/2019	2019/2020
MUNDO	194.256	179.662	166.178
EU-28	21.350	17.630	17.360
ESPAÑA	552,1	390,7	408,3

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

siglo XIX. Ese desarrollo sirvió para garantizar en Europa continental una cierta independencia respecto al abastecimiento de azúcar.

También en España no fue hasta finales del siglo XIX cuando se empieza a considerar el inicio de una industria azucarera propiamente dicha.

Con el paso del tiempo, se han ido alcanzado mayores rendimientos por hectárea debido a la tecnificación del cultivo de la remolacha, la utilización de semillas mejoradas, el control de plagas y enfermedades, etc.

Los dos cultivos que mayoritariamente se destinan en el mundo a la producción de azúcar son la caña y la remolacha. Aproximadamente, más del 80% del azúcar que se consume procede ya de la caña azucarera, pues el cultivo de la remolacha va perdiendo peso de año en año, aunque en Europa sigue siendo el principal.

A este respecto, en España la única materia prima de la que se obtiene el azúcar es la remolacha azucarera, pues la caña dejó de cultivarse hace ya muchos años. ■

REMOLACHA AZUCARERA

La remolacha es una planta de ciclo bianual. En el año de siembra forma un abundante aparato foliar y acumula sacarosa en la raíz principal, mientras que en el segundo año, tras la “vernalización”, emite las flores y fructifica. Para la producción de azúcar interesa sólo la fase vegetativa (primer año), siendo lo adecuado recolectar cuando tiene lugar el máximo de acumulación de sacarosa en la raíz. De la remolacha, que está compuesta por un 75% de agua y un 18% de azúcar, se obtienen también otros subproductos que suponen un alto valor añadido para la alimentación animal y vegetal.

Así, por ejemplo, la pulpa de remolacha prensada se utiliza como alimento para el ganado porque es rica en fibra y vitaminas. Puede consumirse bien como un producto fresco o bien conservarse ensilada durante meses tras ser secada en secaderos o mediante secado solar.

El ensilado de la pulpa facilita el almacenamiento y la distribución a lo largo de todo el año, contribuyendo a desestacionalizar la disposición del mismo y a dotarlo de mejores cualidades organolépticas.

Mientras que la remolacha es un cultivo más propio de países situados en climas más templados e incluso fríos, la caña de azúcar se cultiva principalmente en países de clima tropical. ■

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

El proceso de producción del azúcar consiste en su extracción de la pared celular de la remolacha o de la caña, a base de agua muy caliente a contracorriente.

Por su parte, el proceso de depuración del color, consiste en la eliminación de aquellas partes consideradas “no azúcares”, y se realiza a partir de la aplicación de coadyuvantes tecnológicos que no están presentes en el producto final.

En función del grado de depuración del color se obtiene un producto más o menos blanco o incluso moreno en diversas coloraciones.

En la industria alimentaria se utilizan muchos azúcares, no solo la sacarosa. El uso alimentario de los distintos tipos de azúcares se encuentra regulado en la Directi-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2017/2018	2018/2019	2019/2020
REMOLACHA	3.292,7	2870,3	2.774
AZÚCAR PRODUCIDO	552,1	390,7	408,3

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA.	2017/2018	2018/2019	2019/2020
ANDALUCÍA	655,24	699,3	545,4
CASTILLA Y LEÓN	2.299	1908,1	2.010
LA RIOJA	130,4	111,2	89,4
NAVARRA	43,9	39,9	27,3
PAÍS VASCO	164,2	111,2	101,2
OTRAS CC.AA.	0,1	0,1	0,1
TOTAL ESPAÑA	3.292,7	2870,3	2.774

Fuente: MAPA.

va 2001/111/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001 (LCEur 2002, 54) recogida en el derecho español en el Decreto 1052/2003, de 1 de agosto. RCL 2003\2004).

Además de azúcar, los principales productos que se obtienen de la caña son las melazas y el bagazo. Las melazas se forman al final del proceso de cristalización del azúcar, debido a que no toda la sacarosa contenida en los jugos de la caña resulta cristalizable (lo mismo ocurre en la remolacha) a casusa de que contiene lo que se conoce como impurezas salinas y proteicas. Por su lado, el bagazo, se quema en las calderas de las azucareras para la producción de energía que se consume en la propia azucarera. ■

LA REMOLACHA EN ESPAÑA

La remolacha azucarera se cultiva en España en los campos de Castilla y León, Andalucía, La Rioja y el País Vasco, aunque hace años también había cultivo en otras regiones. La superficie cultivada de remolacha azucarera en España en el año 2019 se incrementó hasta las 30.400 hectáreas, un 13,8% hectáreas menos que en el año 2018, en el que también se redujo el cultivo. De esta cifra tota, 23.900 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona sur del país.

En este sentido, el grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva en la zona norte del país y se recoge

en los meses de otoño e invierno. No obstante, también hay una importante producción de recogida en los meses de verano, en el sur del país.

Los agricultores de Castilla y León tienen los mejores rendimientos por hectárea de toda la Unión Europea, con unas 104 toneladas por hectárea. Esta región es también la que más superficie destina al cultivo de la remolacha.

En la campaña 2018/2019, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 2,87 millones de toneladas, un volumen inferior en un 13% al producido en campaña anterior.

Por su parte, en la campaña 2019/2020 la producción de remolacha fue igualmente inferior a la precedente, pues se cosecharon 2,7 millones de toneladas.

Diferenciando por regiones, de la producción total de remolacha en la campaña 2019/2020 correspondieron a Castilla y León el 88% de la producción nacional; a Andalucía el 22,7%; al País Vasco el 6%, a La Rioja el 4% y a la Comunidad Foral de Navarra el 2%. ■

PRODUCCIÓN Y COMERCIO DEL AZÚCAR

En la campaña 2018/2019 la producción nacional de azúcar quedó en 390.700 toneladas, un 29% menos que en la campaña precedente, según los datos manejados por la Comisión Europea, que hacen referencia a la producción en campaña, sin sumar o restar el saldo de la campaña anterior.

Por su parte, en la campaña 2019/2020 la previsión de la Comisión apunta a una producción de azúcar en España cercana a los 408.300 toneladas, superior a la anterior.

Al año se utilizan en España cerca de 1,3 millones de toneladas de azúcar. La producción de azúcar de remolacha de cultivo nacional sólo permite suministrar una parte, por lo que es necesario importar gran cantidad de azúcar. En este sentido, la industria tiene que importar azúcar procedente de la caña de otros países donde se dan las condiciones climatológicas para su cultivo, pues hace mucho tiempo que no hay cultivo de caña en la Península Ibérica. Asimismo, otros productores europeos también venden sus producciones en nuestro país para satisfacer las necesidades de demanda. ■

COMERCIO DEL AZÚCAR

En cuanto al comercio exterior, España es claramente deficitaria en el sector del azúcar. Las importaciones son

muy superiores a las exportaciones, pero en 2019 esa diferencia se agudizó pues además descendieron las ventas al exterior.

Según los datos del Departamento de Aduanas, se importaron en 2019 algo más de 1,6 millones de toneladas de azúcar (caña, remolacha, otros azúcares y melaza), un 42% más que en el año anterior.

El valor de estas compras superó los 616,8 millones de euros, también muy por encima del año anterior.

Respecto a las exportaciones, en volumen sumaron 94.600 toneladas, según datos de Aduanas, muy por debajo del nivel del año precedente. ■

AZÚCAR EN LA UE

En la Unión Europea (UE), la producción de azúcar tiene mucha más importancia económica que en España. De hecho, la Comisión Europea separa esta producción agrícola del resto de cultivos industriales a la hora de calcular su aportación a la renta agraria anual, algo que en España no se hace pues se incluye dentro de los llamados “cultivos industriales”.

Así, en el año 2018 la remolacha azucarera aportó a la Producción Final Agraria de la UE un 0,6%, mientras que su aportación a la Producción Final Vegetal fue del 1,2%. El valor generado por la producción de remolacha azucarera a efectos de calcular la renta agraria comunitaria fue de 2.451 millones de euros, cuando un año antes había superado los 2.612 millones de euros.

Todo el azúcar que se produce en la UE proviene del cultivo de la remolacha, pues la caña de azúcar prácticamente ha desaparecido, con excepción de la producción de los territorios franceses de ultramar. Por ello, la UE es el mayor productor mundial de azúcar de remolacha, con alrededor del 60% del total mundial.

La superficie dedicada al cultivo de remolacha azucarera en las últimas campañas se ha mantenido en torno a los 1,4 millones de hectáreas, si bien en la campaña 2018/2019 esta cifra se incrementó hasta 1,65 millones hectáreas.

La mayor parte de la remolacha azucarera de la UE se cultiva en la mitad norte de Europa, donde el clima es más adecuado para el cultivo. Los campos de producción son más competitivos en el norte de Francia, Alemania, Reino Unido y Polonia, pero en los últimos años España ha conseguido tener mejores rendimientos por hectárea sembrada.

La UE también tiene una importante industria del refinado del azúcar de caña en bruto, que tiene que importar de países terceros para luego transformarla.

Hace años, la producción de azúcar en la UE estaba regulada por un sistema de cuotas que limitaban la producción de cada Estado miembro y que desapareció al iniciarse la campaña 2017/2018. Hasta entonces, la cuota total de producción de la UE-28 era de 13,5 millones de toneladas de azúcar, que se dividía entre los diecinueve Estados miembros que producen azúcar.

La producción comunitaria de azúcar en la campaña 2018/2019 disminuyó un 17% hasta los 17,6 millones de toneladas, según los datos publicados por la Comisión Europea.

Por su lado, en la campaña 2019/2020 volvió a bajar la producción comunitaria de azúcar hasta 17,3 millones de toneladas.

Por países, Francia y Alemania lideran la producción comunitaria de azúcar con mucha diferencia respecto al resto. También es importante la producción en Polonia, Reino Unido y Países Bajos.

Con relación al consumo de azúcar en la UE, en la campaña 2018/2019 se destinaron 17,35 millones de toneladas de azúcar a ese fin en la UE y las previsiones para la campaña 2019/2020 apuntan a que este volumen se reducirá hasta los 17,30 millones de toneladas. Del total previsto, el grueso es para el consumo humano y el resto es para usos industriales.

Estos datos convirtieron a la UE en el segundo consumidor mundial de azúcar, por detrás de India, que consume más de 25 millones de toneladas de azúcar al año.

Con respecto al comercio exterior, las importaciones de azúcar y productos procesados relacionados con el azúcar ascendió en la campaña 2018/2019 a 2,46 millones de toneladas, mientras que para la campaña siguiente (2019/2020) las previsiones de la Comisión Europea apuntan a que las compras exteriores aumentarán hasta los 2,58 millones de toneladas.

Por su lado, las exportaciones de azúcar, según la Comisión en la campaña 2018/2019 rondaron los 3,34 millones de toneladas, que se rebajarán a 2,93 millones en la campaña siguiente.

La UE se ha convertido en un importador neto de caña y azúcar para abastecer las necesidades del mercado interno. De hecho, es junto a China e Indonesia, los países que más azúcar de caña en bruto importan. Principalmente,

la UE importa caña de azúcar para refinar procedente fundamentalmente del área ACP (África, Caribe y Pacífico) y, en menor medida, de los países menos adelantados (PMA) en virtud de acuerdos preferenciales.

Además de importar azúcar de caña, la UE tiene que comprar fuera anualmente melazas y pulpas derivadas de la remolacha azucarera para alimentación animal y para la industria química. ■

EL AZÚCAR EN EL MUNDO

Aunque en Europa el cultivo de la caña de azúcar ha desaparecido, a nivel mundial la producción de azúcar de caña ha aumentado significativamente en detrimento de la de remolacha.

Por su parte, la producción mundial de azúcar en la campaña 2018/2019 se situó en 179,6 millones de toneladas, un volumen inferior en un 7,5% al de la campaña precedente. Asimismo, la producción mundial de azúcar para la campaña 2019/2020 ascendió a más de 166,2 millones de toneladas. A nivel mundial los dos países que más azúcar producen son India y Brasil, que dependiendo de las condiciones climáticas o de la demanda de caña de azúcar para la producción de biocombustibles se alternan en la primera posición del ranking mundial.

En la campaña 2018/2019, India fue el primer país productor con 34,3 millones de toneladas de azúcar centrifugado y Brasil fue el segundo con 29,5 millones de toneladas. Por su lado, en la campaña 2019/2020 Brasil produjo caso 30 millones de toneladas e India 28,9 millones.

En las dos campañas, el tercer puesto lo ocupó la Unión Europea (tradicionalmente es así) y por detrás de los comunitarios se encontraba Tailandia, China, Estados Unidos, México y Rusia.

En relación con el consumo, al contrario que en Europa, a nivel mundial se está comprobando de año en año un aumento progresivo del uso del azúcar (un 2% anual), especialmente en los países en desarrollo. Las estimaciones de la Comisión Europea cifran en 174 millones de toneladas el consumo mundial en la campaña 2018/2019 y en 176 millones el consumo para la campaña 2019/2020.

India es también el primer país en consumo de azúcar en alimentación humana, con cerca de 27 millones de toneladas. El segundo puesto lo ocupa la Unión Europea, con 18,6 millones de toneladas, y el tercero China con 15,2 millones de toneladas. ■

AZÚCAR

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector del azúcar existen únicamente tres empresas productoras en España y una de ellas es además la asociación entre dos grupos cooperativos: uno español y otro francés.

También operan en el sector varias empresas que se dedican al envasado de azúcar y hay varias empresas que producen edulcorantes de manera industrial.

La empresa líder en el sector tiene más de cien años y actualmente forma parte de un grupo multinacional AB Sugar Company, que a su vez es parte de Associated British Foods plc (ABF), el grupo internacional de ingredientes y venta minorista.

El grupo, que es el principal productor de azúcar a nivel mundial, cuenta con 27 plantas de producción, distribuidas en 10 países, y da empleo a más de 32.000 personas. Según datos de la propia empresa, su negocio es fabricar y vender azúcar (produce unas 700.000 toneladas de azúcar anuales), pero también otros productos que no tienen relación con este mercado (alimentación animal, bioetanol, etc.).

Sus ventas anuales superaron en 2019 los 310 millones de euros y la actividad generó unos 1.400 puestos de trabajo, entre empleos directos e indirectos. La empresa está comprometida con la producción de azúcar y tiene prevista una fuerte inversión en los próximos años.

La segunda empresa dentro del sector azucarero es la cooperativa de Castilla y León ACOR, que fue fundada en 1962. Actualmente, ACOR cuenta con cerca de 4.000 socios agricultores y tiene una destacada presencia en los sectores de producción y comercialización de remolacha y azúcar, así como también en la producción de colza y girasol.

Además del negocio del azúcar, la cooperativa participa en varias empresas relacionadas con la alimentación animal (transformación de la melaza de la remolacha), elaboración de aceites alimentarios de girasol y la explotación y cultivo de tierras en Rumanía.

La cifra de negocio directa de ACOR en el año 2019 ascendió a 104,2 millones de euros, pero si se añaden los resultados de las empresas participadas, la cifra aumenta

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	310
S. Coop.General Agropecuaria (ACOR) *	172,6 (2)
ACOR & Tereos Iberia, S.A. (ATISA)*	170
Zukan, S.L. *	83,7
Jesús Navarro, S.A. *	74,8
Cortes Bartolomé, S.L. *	12,1
Promoción Mercantil Catalana, S.A (Promerca)*	12
Beneo Ibérica, S.L.*	11
Galan Invest	8,8
Azúcares Antónin, S.L	4,5
Envasados Segovia.	2,3

FUENTE: ALIMARKET y empresas. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones. (2) Incluye la parte correspondiente en ATISA& Tereos y en otras empresas.



hasta los 172,6 millones de euros. A este respecto, la cooperativa de Castilla y León es también parte de la tercera empresa más importante económicamente del sector.

La Cooperativa ACOR cerró el ejercicio económico 2019-20 con un beneficio de 4,8 millones de euros antes de impuestos, lo que supuso un cambio de tendencia respecto a los dos años anteriores en los que se produjeron resultados negativos.

En la última campaña 2019-2020, ACOR produjo un total de 196.939 toneladas de azúcar tras recibir 1.374.898 toneladas de remolacha física, un volumen histórico para la cooperativa.

La tercera empresa en el ranking nacional es ATISA, una comercializadora de azúcar en la que participan las coo-

perativas ACOR y TEREOS (Francia), que también son socias en la empresa Refinería de Olmedo (ROLSA), dedicada a la producción del azúcar.

El resto de las empresas destacadas en el sector trabajan con azúcar importada y constituyen una mezcla de empresas especialistas españolas y de filiales de compañías multinacionales. ■

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, la balanza en este sector es muy desfavorable para nuestro país. Las importaciones (incluidas los distintos tipos de azúcar y melazas) superaron los 2 millones de toneladas, un 33,6% más que en el año

2018, según los datos de Aduanas. El grueso de estas compras fueron azúcar de caña y de remolacha (1,6 millones de toneladas).

Por su lado, las exportaciones nacionales en 2019 descendieron un 20% con respecto al año anterior, al contabilizarse sólo 170.355 toneladas, de las cuales 94.611 eran azúcar.

Prácticamente el 60% de las importaciones españolas de azúcar proceden de la Unión Europea. Nuestros tres principales proveedores de azúcar son Francia, Portugal y Cuba. En el caso de las exportaciones, un 90% del total exportado se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre los que ocupan los primeros lugares Portugal y Francia. ■



CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron un total de 143,1 millones de kilos de azúcar y gastaron 133,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,1 kilos de consumo y 2,9 euros de gasto.

En cuanto a los edulcorantes, el consumo total en hogares alcanzó los 4,0 millones de kilos y se gastaron 55,3 millones de euros en este producto; en términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 1,2 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR Y EDULCORANTES DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL AZÚCAR	143,1	3,1	133,7	2,9
TOTAL EDULCORANTE	4,0	0,1	55,3	1,2
STEVIA	0,6	0,0	17,7	0,4

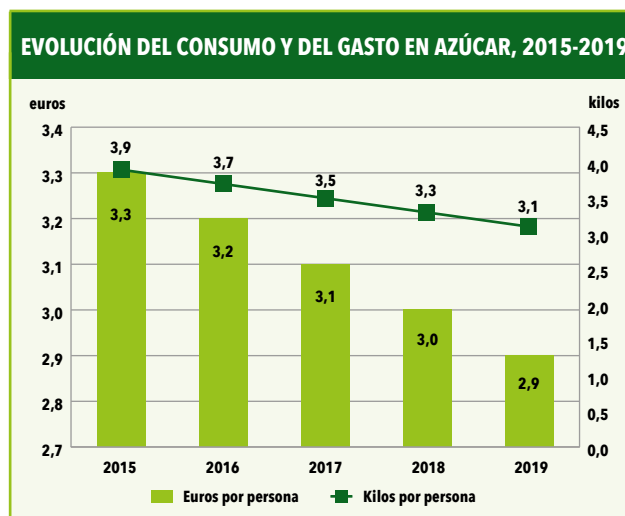
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

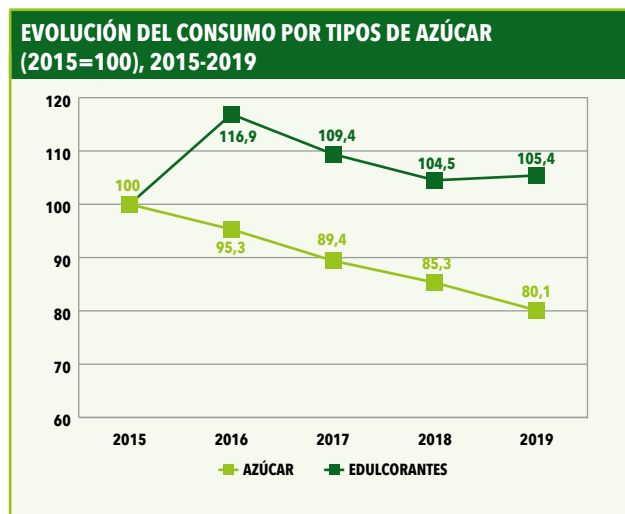
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de azúcar, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de azúcar es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de azúcar es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de azúcar, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de azúcar, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de más de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos 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, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y Navarra cuentan con los mayores consumos de azúcar mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Aragón y Comunidad de Madrid. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

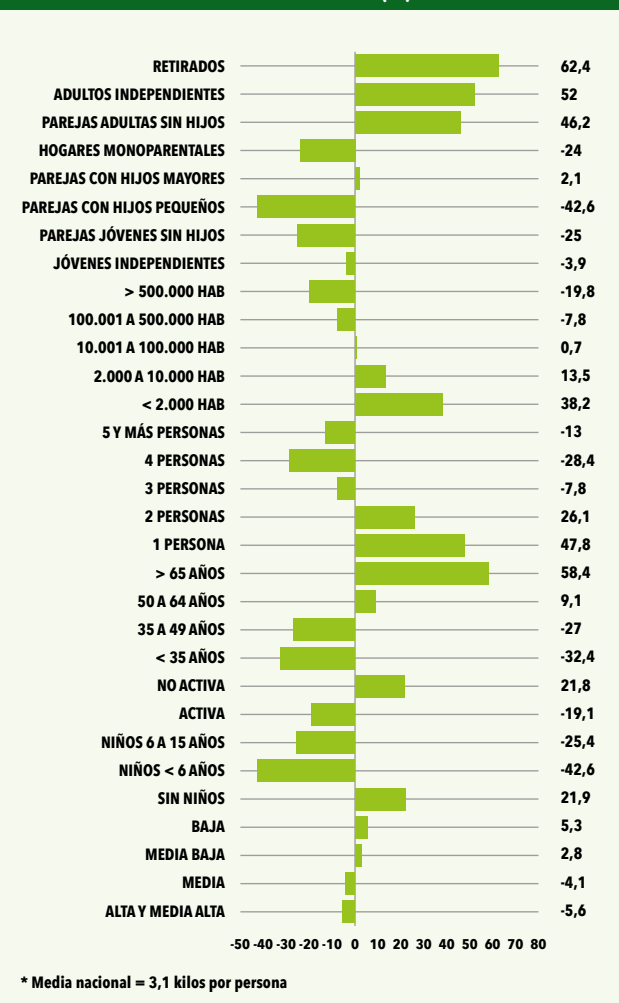
Durante los últimos cinco años, el consumo de azúcar ha descendido 0,8 kilos por persona, mientras que el gasto ha caído 0,4 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015 (3,9 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2015 (3,3 euros por consumidor).



En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de edulcorantes aumenta ligeramente y, por el contrario, en azúcar se produce un descenso considerable. ■



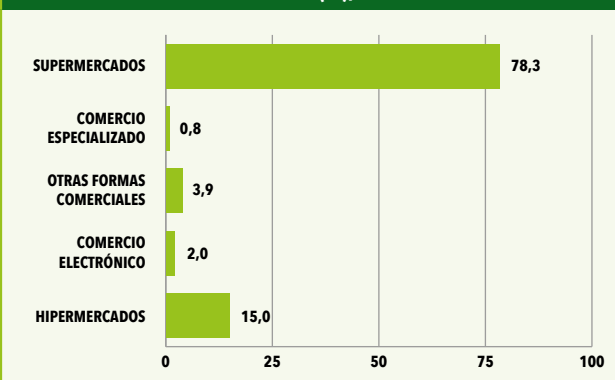
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AZÚCAR EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (78,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,0% y el establecimiento especializado el 0,8%, mientras que comercio electrónico llega al 2,0% y las otras formas comerciales concentran el 3,9% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



CARAMELOS

El subsector de caramelos y chicles aporta más del 17,6% de la facturación total del sector del dulce en términos de valor y del 16,5% en términos de volumen.

Según los datos de la asociación Produlce, que integra a las principales empresas del sector, en los últimos años el aumento de las exportaciones ha servido para contrarrestar la caída de las ventas en el mercado interno.

De acuerdo con los datos de Produlce correspondientes a 2019, las empresas del sector facturaron más de 1.001 millones de euros, un 0,1% menos que en el año anterior, por un volumen de 249,2 millones de toneladas, un 3,7% más que un año antes.

El mercado interior absorbió 90,7 millones de toneladas, un 2% más que un año antes.

En España las tendencias de consumo de caramelos y chicles han variado de forma muy notable. De unas ofertas dirigidas preferentemente al público infantil, hemos pasado a un mercado orientado hacia un consumidor adulto, que apuesta por productos sin azúcar, saludables, funcionales y más naturales.

Según los datos de Produlce, del consumo total, los caramelos blandos suponen ya por la mitad del valor de ventas de toda de la categoría (49,9%) seguidos por los caramelos duros y de otro tipo (27,3%) y los chicles (22,7%). Atendiendo al volumen, los caramelos blandos suponen el 62,2%; los duros y otros el 21% y los chicles el 16,8%.

En el último año han aparecido ofertas como las golosinas veganas y las ecológicas. Las ofertas de calidad Premium, junto a formatos que facilitan un consumo más moderado, están también imponiéndose.

El consumo de caramelos y chicles en España lleva creciendo de manera muy notable en estos últimos años, pero todavía estamos lejos de los niveles de buena parte de los países de nuestro entorno.

Los españoles consumimos al año en torno a 3,2 kilos de chicles y caramelos por persona y años, por un valor ligeramente superior a los 18 euros anuales. Ese consumo se encuentra muy por debajo de los registrados en Noruega o en el Reino Unido, aunque también hay países como Francia, Portugal o Grecia cuyo consumo en valor está por debajo del de España. ■

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Una característica propia de la distribución comercial de caramelos y chicles es la importancia del sector impulso. Se trata de unos productos que se consumen esencialmente fuera del hogar, sin apenas planificación y de forma impulsiva. Según los datos de Produlce, el 38,1% del consumo de todos estos productos se distribuye por el canal alimentación, mientras que el 61,9% lo hacen por el canal impulso, que está compuesto por algo menos de unos 300.000 puntos de venta, entre los que aparecen quioscos, tiendas de venta al peso, panaderías, maquinas especiales en cafeterías y bares, estancos, gasolineras, puestos en mercadillos, etc.

Se considera que hay unas 600 empresas distribuidoras especialistas para abastecer a esta enorme variedad de establecimientos. En la mayor parte de las ocasiones son empresas de pequeño tamaño, ya que únicamente menos de una decena tienen unos volúmenes de venta superiores a los seis millones de euros anuales.

Una característica de las ofertas comercializadas en el canal impulso es el tamaño más pequeño de sus formatos, lo que provoca una gran diferencia de los precios medios de venta.

Durante los últimos años, la distribución organizada ha adquirido una gran importancia en la venta de caramelos y chicles. Hoy en día los hipermercados y supermercados acaparan el 45,6% del total de ventas en valor de estos productos (53% en el caso de los chicles y 42,3% en el de los caramelos). Hay que recordar que en 2014 su cuota de mercado era ligeramente superior al 33%. La amplitud de la oferta, el precio y la irrupción de novedades constituyen sus principales fortalezas. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la preponderancia de grandes grupos multinacionales son los dos rasgos que definen a la estructura del sector empresarial de chicles y caramelos. Los cinco primeros fabricantes, entre los que se encuentran cuatro filiales de compañías multinacionales,

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ferrero Ibérica, S.A. *	255,57
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini) - Grupo	224
Vidal Golosinas, S.A. - Grupo	160
Lacasa, S.A. - Grupo *	145
Haribo España, S.A.U.	130
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería) *	93
Chupa Chups, S.A.U.	89,5
Damel Group, S.L.	60
Mondelez España - División Confitería	52
Cantalou, S.A. *	33

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

acapanan el 53% de todas las ventas. De todas formas, la gran volatilidad de las demandas y la variabilidad de los gustos está permitiendo que grupos de tamaño medio tengan su oportunidad, ya que muestran una mayor capacidad de reacción y adaptabilidad, lo que les hace arañar cuotas de mercado. Los cinco primeros operadores presentan volúmenes de ventas entre los 80 y los 36 millones de euros anuales, mientras que otros seis fabricantes registran unas cifras de negocio que se sitúan entre los 34 y los 16 millones de euros.

Cataluña es la comunidad autónoma donde se encuentra radicado un mayor número de estas empresas, con una cuota que ronda el 33% del total.



Las marcas de distribución (MDD) están adquiriendo cada vez más importancia dentro de este mercado y representan en la actualidad el 40% de todas las ventas en volumen y el 30% en valor dentro del canal alimentación. Las ofertas de marca de fabricante registran unos porcentajes cada vez menores, tanto en valor como en volumen. En el caso de los caramelos, las marcas blancas (MDD) suponen el 24% de todas las ventas en valor, frente al 15% de la primera oferta con marca propia. ■

COMERCIO EXTERIOR

El subsector de los caramelos y chicles es el más exportador dentro del sector del dulce. Según los datos de Produlce referidos a 2018, el valor alcanzado ese año (386 millones de euros) supuso más del 30% del valor total de las exportaciones del sector del dulce.

En cuanto al volumen, el subsector representa el 32% del total exportado por la industria del dulce. En este sentido, las exportaciones totales de caramelos y chicles ascendieron en 2018 a 158.500 toneladas, según datos de la asociación Produlce. Este volumen, supuso un aumento del 4,7% con respecto a la producción del año anterior. Solo las galletas superan en volumen a las exportaciones de caramelos y chicles, dentro de los diferentes subsectores que componen el sector del dulce.

La Unión Europea constituye el principal mercado de destino de estas exportaciones, con el 66%. A continuación, aparecen América, con una cuota del 21,4% (por debajo de años anteriores), Asia (9,5%), África (1,8%) y el resto de los países del mundo (1,4%), según datos de Produlce.

Por países, el crecimiento de las ventas a Estados Unidos ha hecho posible que este país sea ya el primer destino de las ventas españolas con casi el 21% del valor total. Le sigue Francia (que era hasta hace pocos años el principal destino), Alemania, Reino Unido, Italia, Portugal, Países Bajos, Canadá, Israel y Polonia.

Por su lado, las importaciones resultan menos importantes que las exportaciones. En el año 2018 sumaron 24.300 toneladas, un 15,2% menos que en el año anterior, por un valor de 83,9 millones de euros, un 9,1% más. Alemania se confirma como el primer país de procedencia de las importaciones de chicles y caramelos, con más del 25% del valor total. Le siguen Francia, Países Bajos, Polonia y Reino Unido. Fuera de la UE, destacan por sus ventas a España Turquía y China. ■

TURRONES Y MAZAPANES



El sector de los turrones y mazapanes es uno de los que genera un mayor valor añadido dentro del sector del dulce. Según datos de la Asociación Española del Dulce (Produlce) este subsector aporta el 2% del volumen total de las ventas de la industria, así como también el 4,9% del valor.

En torno al 80% de la facturación del sector de turrones y mazapanes se genera en el mercado nacional, aunque las exportaciones son muy importantes y llevan varios años de crecimiento continuado.

Las producciones de valor añadido y las novedades lanzadas cada año por las empresas del sector encuentran muy buena acogida en los consumidores, tanto nacionales como extranjeros.

Si bien la fuerte estacionalidad del consumo en el mes de diciembre ya no marca la evolución del sector, no es menos cierto que los turrones y mazapanes siguen siendo los protagonistas gastronómicos de la Navidad en las mesas españolas. Con una participación similar en valor y volumen de casi el 85%, el resto de productos típicos navideños -nacionales o foráneos- facturan 15 euros de cada 100 gastados en dulces navideños el pasado año. El sector se vio muy afectado por la crisis económica del país hace una década. Anteriormente, el segmento de las cestas y los lotes era su punto fuerte, pero actualmente el 90% de las ventas se producen en el canal de alimentación.

La producción de turrones y mazapanes en el ejercicio 2019 ascendió a 32.100 toneladas, según los datos de la Encuesta Industrial de Productos del Instituto Nacional de Estadística (INE). La producción fue superior en un 4,5% a la del año anterior. Por su lado, el valor de estas producciones ascendió a 238,2 millones de euros, un 3% más que un año antes.

Por su lado, la consultora Nielsen estimó unas ventas totales, hasta julio de 2019, de 38.838 toneladas (2.000 más que en el muestreo del período anterior), por un valor de 325 millones de euros.

Una parte importante de esa producción de turrones y mazapanes está amparada por alguna de las marcas de calidad diferenciadas que existen en España. A este respecto, en la Comunidad Valenciana están reconocidas la IGP Jijona y la IGP Turrón de Alicante, mientras que en Cataluña está protegida la producción de Turrón de Agramunt. Asimismo, en Castilla-La Mancha está protegida la producción de la IGP Mazapán de Toledo. ■

INNOVAR, SIN PERDER LA TRADICIÓN

Sin olvidar sus orígenes, el sector lleva años impulsando la innovación en su oferta y ha conseguido ampliar el periodo de consumo de estos productos. La aparición de turrones con nuevos sabores y nuevas presentaciones (snacks, barritas, etc.) hacen posible que esas

ofertas se mantengan en los lineales fuera del periodo navideño.

En sentido contrario, el consumo de otros dulces típicos navideños muy ligados a los turrone y mazapanes, los polvorone y mantecado, lleva varios años en retroceso. Esta caída del consumo no afecta a las producciones andaluzas amparadas por las IGP Mantecado de Estepa y Polvorone de Estepa. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente, el sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de turrone y dulces navideños se caracterizaba por una fuerte atomización, con un gran número de pequeños y medianos operadores, muchas veces de carácter semiartesanal. Esa situación ha cambiado de forma notable en los últimos años, produciéndose fuertes movimientos de concentración y modernización que han terminado provocando que el mercado se encuentre dominado por unos pocos y grandes grupos, que basan sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo productor de turrone y dulces de navidad registró unas ventas de 62 millones de euros en el año 2019, mientras que el segundo superó los 54 millones de euros y el tercero se acercó a los 45 millones de euros.

Por volúmenes de producción, la principal empresa fabricante de turrone se situó en 8.050 toneladas; la segunda superó las 4.000 toneladas y la tercera alcanzó las 3.000 toneladas.



En el caso de los fabricantes de dulces navideños, el grupo líder produjo 4.900 toneladas en 2019, el segundo se quedó en 3.200 toneladas y el tercero superó las 2.200 toneladas.

La penetración de capitales internacionales entre todas estas empresas no es muy significativa.

Las marcas de distribución (MDD) han alcanzado una gran importancia en este mercado, con unas ventas que suponen el 62% del total en volumen, mientras que la primera oferta de marca tiene una cuota del 14%.

Muchos fabricantes de turrone y dulces navideños se concentran en algunos municipios que destacan por sus producciones, como es el caso de Estepa (Sevilla), Jijona (Alicante), Toledo o Agramunt (Lérida). ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR TURRONE Y DULCES DE NAVIDAD	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Lacasa, S.A. Grupo - *	145
Sanchis Mira, S.A. *	110
Delaviuda Alimentación, S.A. *	80,1
Torrone Vicens, S.L. *	53,1
Mondelez España. División Confitería	52
Grupo Turrone Coloma*	25,8
Confectionary Holding, S.L.*	24
Dulces Olmedo García, S.L.	23
Turrone Pico, S.A.	16,8
Galván Fernández Hermanos, S.L. *	14

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.
* Incluye la facturación de otras producciones.



COMERCIO EXTERIOR

Hasta hace unos años las exportaciones de turrone y dulces navideños eran muy poco importantes, pero en la actualidad constituyen un componente fundamental para asegurar la supervivencia de las principales empresas del sector. Según los datos de Produlce, un 20% de la producción total en volumen se destina a los mercados exteriores, lo que supone que una de cada cinco tabletas o mazapanes viaje fuera de nuestras fronteras.

En 2018 se produjo un hecho reseñable porque por primera vez un país no europeo (Estados Unidos) fue el primer destino de las exportaciones españolas de estos dulces. No obstante, en conjunto la UE sigue siendo el principal mercado de estos dulces tan españoles, con el 61% de las ventas exteriores realizadas por las empresas y América el segundo, con el 21%.

Los principales clientes europeos de los dulces navideños españoles son Francia, Reino Unido, Portugal y Alemania. Fuera de Europa, destacan las exportaciones dirigidas hacia Estados Unidos y hacia algunos países con grandes contingentes de descendientes de emigrantes españoles. Las importaciones de estos productos apenas tienen importancia y tienden a concentrarse en los “panettones” y “pandoros” italianos, aunque ese comercio ha disminuido mucho debido a que los principales fabricantes españoles han comenzado a producirlos también en nuestro país.

En el último ejercicio computado se exportaron algo más de 5.700 toneladas de estos productos, con un descenso interanual del 3,3%. Su valor sin embargo creció en un 2,5%, llegando hasta los 233 millones de euros. ■

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 35,7 millones de kilos de productos navideños y gastaron 331,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,8 kilos de consumo y 7,2 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a los mantecados y polvorones (0,2 kilos por persona y año), y a los turrone (0,2 kilos per cápita). El resto de los productos navideños supusieron un consumo de 0,3 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrone concentran el 34,2%, con un total de 2,5 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 17,5% y un total de 1,3 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 4,3% y 0,3 euros per cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 43,9% del gasto, con 3,2 euros por persona al año. ■



CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	35,7	0,8	331,9	7,2
MANTECADOS Y POLVORONES	10,3	0,2	58,2	1,3
MAZAPANES	1,2	0,0	14,2	0,3
TURRONES	9,2	0,2	113,7	2,5
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	14,9	0,3	145,8	3,2

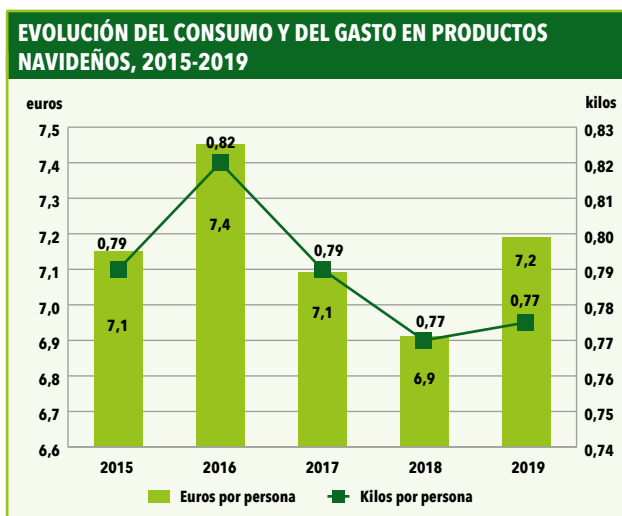
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

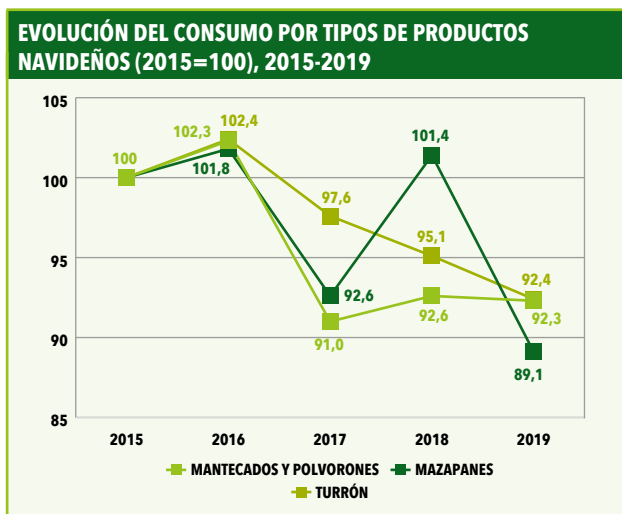
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos navideños es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos navideños es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos navideños, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos navideños, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales, entre las parejas con hijos mayores, y en el caso de los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, País Vasco y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Aragón y La Rioja. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

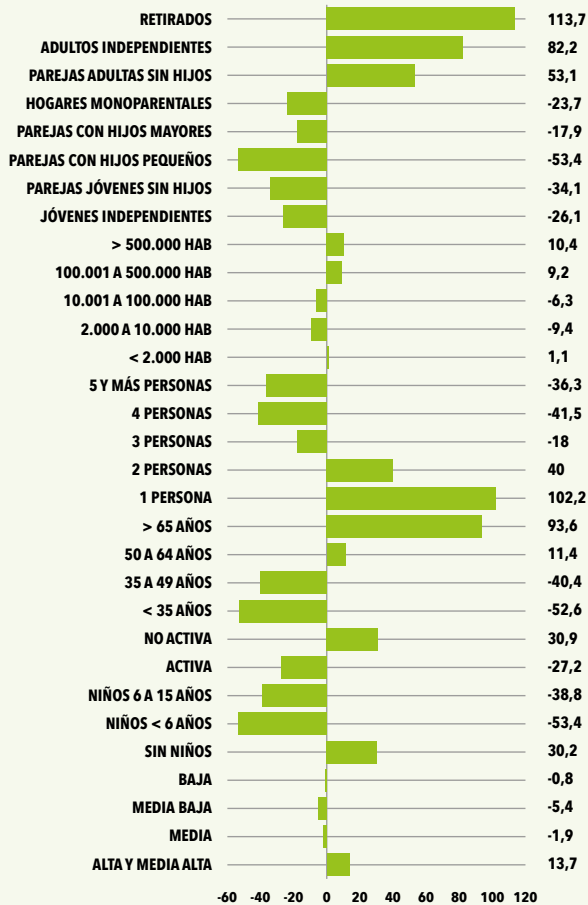
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido 0,02 kilos por persona y el gasto se ha incrementado en 10 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2016 (0,82 kilos por persona y 7,4 euros por consumidor).



En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque en todos los casos se produce un descenso. Respecto a la demanda de 2015, en el consumo de mazapanes, turrões, mantecados y polvorones se produce un descenso. ■



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

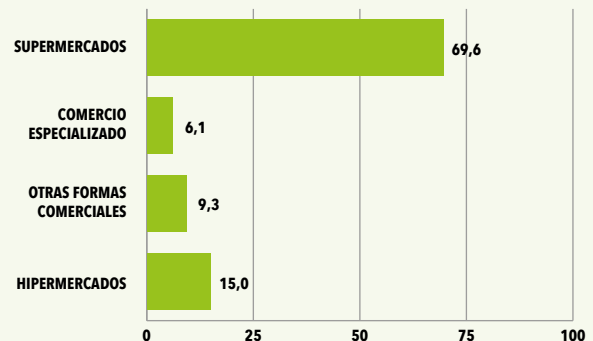


* Media nacional = 0,8 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (69,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,0%. Los establecimientos especializados acaparan el 6,1%, y las otras formas comerciales concentran el 9,3% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



Jijona Turrón de Alicante

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS



ZONA GEOGRÁFICA: Estas IGP amparan la producción de ambos turrónes en el término municipal de Jijona (Alicante), con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

CARACTERÍSTICAS: El turrón de Jijona se elabora mezclando almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y un 10% de miel, y Extra un 60% de almendras y un 10% de miel. El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

DATOS BÁSICOS: La producción de turrón es de 5 millones de kilos anuales, de los que el 88% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez, el 47% de los turrónes protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 53% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 23 industrias.

Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla de almendras crudas, peladas y molidas, con azúcar en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeado manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos. Las presentaciones tradicionales son: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

Panellets

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



ZONA GEOGRÁFICA: La elaboración de los Panellets (ETG) es típica de Cataluña, aunque también se elaboran en otras partes de España. Los panellets son pastelitos de dimensiones pequeñas y formas diversas, elaborados esencialmente con mazapán.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de una base de mazapán, de tal forma que por cada kilo de almendras peladas, granuladas muy finamente, se añade un kilo de azúcar y huevo entero adicionado o no de agua, se amasa bien mediante unos cilindros y se deja en reposo durante 24 horas para homogeneizar bien la mezcla. Después se le dan diferentes formas y sabores. A partir del mazapán base se elaboran panellets de piñones, almendras, coco, avellanas, naranja, limón, yema, café, fresa y "marrón glacé". También se elaboran panellets a partir de mazapán basto que se presentan en figuras de castaña, seta, zueco o bandas rellenas con frutas confitadas y de membrillo. A partir de mazapán fino se elaboran de castaña al chocolate y hueso de santo.

Torró d'Agramunt (Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 30 a 1.000 gramos. También se elaboran en formatos superiores e inferiores.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figuran inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan unos 200.000 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

MIEL



La miel ha sido desde siempre un alimento apreciado y reconocido por el hombre, al que también se le han atribuido virtudes curativas.

La producción de miel es muy variada por los tipos de flores, plantas y árboles de las que se nutren las abejas. También es muy irregular, pues depende mucho de la climatología y de la floración de las plantas.

En el mercado hay mieles que se comercializan con dos presentaciones básicas para su consumo: cristalizada y líquida.

Sin embargo, aunque su aportación es mucho más pequeña que la de otros sectores ganaderos, hay que destacar el papel fundamental de las abejas en la conservación del medio ambiente y en la polinización de los cultivos.

Además de su vertiente económica, desde el punto de vista social y medioambiental la producción de miel tiene gran importancia en España.

El sector de la miel contribuyen a fijar población en el medio rural y mantiene los ecosistemas y la biodiversidad, a través de la polinización. ■

SECTOR ECONÓMICO

Como sector económico dentro de la ganadería es relativamente pequeño, pero las abejas son muy importantes por su labor en la polinización de las plantas.

En los últimos años se ha producido un incremento en el censo de apicultores y de colmenas. Sin embargo, ese aumento del censo no se ha traducido en un incremento de la producción debido a las enfermedades afectan a las colmenas y también a la sequía.

En España el valor anual de las aportaciones del sector de la miel a la renta agraria (que incluye también el polen y la cera) representa aproximadamente el 0,44% de la Producción Final Ganadera y el 0,17% de la Producción Final Agraria, a efectos de calcular la renta agraria anual. El valor económico de estas producciones ronda los 65 millones de euros al año, según estimaciones.

En 2019 el número de apicultores ascendía en España a 31.517, de los cuales un 18% eran profesionales (con explotaciones de más de 150 colmenas) y el resto no lo eran. Estos datos constatan el alto grado de profesiona-

lización de la apicultura española, que está por encima de la media de la Unión Europea.

En este sentido, la media de colmenas que posee un apicultor profesional ronda las 370, mientras que la media de un apicultor no profesional están en torno a 25 aproximadamente.

La diversidad que existe entre las distintas Comunidades Autónomas hace que la forma de practicar la apicultura sea muy diferente de unas zonas a otras. Así la zona norte de España se caracteriza por el alto número de apicultores pequeños que existen, así como también por no practicar la trashumancia y por producir miel y polen muchas veces para autoconsumo.

Por su parte, en el centro y sur del país, especialmente en el sureste mediterráneo, predomina una apicultura más profesionalizada, en la que se practica la trashumancia con las colmenas en busca de una mayor productividad. ■

EXPLOTACIONES APÍCOLAS

Por su lado, el número de explotaciones apícolas al comenzar el año 2019 ascendía a 32.845 cifra superior a la del año 2018, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Diferenciando por regiones, Castilla y León era la que contaba con un mayor número de explotaciones apícolas (5.712), seguida de Andalucía (5.199), Galicia (4.378) y la Comunidad Valenciana (2.459).

En cuanto al número de colmenas, el censo nacional en 2019 se situó por encima de las 2,9 millones de unidades. El grueso de las colmenas se distribuían entre cuatro regiones: Extremadura (22%), Andalucía (19%), Castilla y León (15%) y la Comunidad Valenciana (12%). Asimismo, el grueso de estas colmenas eran trashumantes y el resto “estantes” o sin declarar sistema productivo.

La producción de una colmena “fija” viene a ser la mitad de una trashumante, pues depende mucho de la floración de la zona donde se haya establecido. De ahí que en los últimos años este tipo de colmenas se hayan incrementado. La producción de cera es del orden de 0,8 kilos por colmena y la de polen de 0,5 kilos.

Asimismo, respecto a su nivel de profesionalización, en 2018 prácticamente el 80% de las colmenas del censo pertenecían a apicultores profesionales (porcentaje similar al de años anteriores). Se considera agricultor profesional a aquel que cuenta con 150 o más colmenas en

De la producción de miel total, aproximadamente el 25% correspondió a Andalucía; el 20% a la Comunidad Valenciana, el 15% a Extremadura; el 8% a Castilla y León; el 7% a Galicia y el 7% a Castilla-La Mancha.

La producción de miel se vio más mermada en el centro y sur del país, que en el norte donde los efectos de la sequía fueron menos negativos.

La mayor parte de la producción de miel (más del 90%) en España procede de colmenas “movilistas”, que practican la trashumancia.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	2016	2017	2018	2019
MIEL	31	29,3	29,4	30
CERA	1,6	1	1	1

FUENTE: MAPA.

PRODUCCIONES DE MIEL EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
MUNDO	1.859	1.879	1.851	1.850
UE	268	276	283	260
ESPAÑA	31	29,3	29,4	30

FUENTE: FAO, EUROSTAT y MAPA.

COMERCIO DE MIEL (Miles de toneladas)				
	2016	2017	2018	2019
IMPORTACIÓN	29	32,2	27,9	26,8
EXPORTACIÓN	26,9	24,8	23,1	22,4

FUENTE: DG Aduanas.

sus explotaciones y en los últimos años ha aumentado también la media de colmenas que tienen estos apicultores profesionales. ■

PRODUCCIÓN NACIONAL DE MIEL

En los últimos años, la sequía y las enfermedades de las abejas han provocado una caída de la producción nacional de miel. Según los datos del Ministerio de Agricultura, la producción nacional en 2018 rondó las 31.000 toneladas, pero al año siguiente el volumen producido no llegó a las 30.000.

Además de miel, de las colmenas se obtiene también una pequeña producción de polen y de 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. ■

REPUNTA EL CONSUMO DE MIEL

Según los datos del panel de consumo en los hogares que publica en Ministerio de Agricultura, en 2019 repuntó el consumo tras haber bajado en años anteriores.

En volumen, el consumo doméstico total durante todo ese año ascendió a 18,4 millones de kilos, un 1,8% más que en el año anterior. El valor alcanzado superó los 116,4 millones de euros, un 7% más, según Agricultura. El consumo per cápita fue de 0,40 kilos, un 0,7% más, y el gasto per cápita anual rondó los 2,53 euros por persona, un 5,8% más que un año antes.

El perfil consumidor de miel durante el año 2019 se corresponde con hogares formados por parejas, con hijos de edad media, así como mayores y parejas adultas. Las regiones con hogares que consumieron miel por encima de la media fueron el Principado de Asturias, la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha y Castilla y León. En sentido contrario, las regiones con hogares en los que se consumió menos que la media fueron Extremadura y la Comunidad Foral Navarra. ■

COMERCIO DE MIEL

En cuanto al comercio, en 2019 el saldo de la balanza fue de nuevo negativo, a pesar de que se produjo un retroceso notable de las importaciones y de las exportaciones, que tienden a igualarse en volumen.

Así, las importaciones sumaron cerca de 26.800 toneladas (un 13% menos que en 2018) y las exportaciones ascendieron a 22.400 toneladas (un 7% menos que en 2018, año en el que también cayeron las ventas al exterior).

La mayor parte de las exportaciones en volumen fueron a los países de la UE y la mayor parte de las importaciones de miel procedió de Países Terceros. A este respecto, China es el principal proveedor de miel de España, con casi el 90% del total y, por detrás del país asiático, se situaron Argentina y Ucrania.

En cuanto a los países de la UE, Portugal por su proximidad es el país que más miel vende a España, aunque el volumen es menor que el de China.

Respecto a las exportaciones españolas de miel, el grueso se envía a la Unión Europea, con Francia como principal destino, seguida de Alemania, Portugal e Italia. Finalmente, entre los países terceros a los que España exportó parte de su miel destacaron Arabia Saudí, Marruecos, Israel y Canadá. ■

LA MIEL EN LA UE

El sector de la miel en la Unión Europea es pequeño, pero muy importante para la polinización de plantas y cultivos. La Unión Europea es la segunda productora de miel del mundo, por detrás de China y dentro de la Unión Europea, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania.

En 2019, el número de apicultores que había en la UE rondaba las 652.305, un 7,6% más que en el año anterior, según datos de la Comisión.

Por su lado, el número de colmenas alcanzó los 18,5 millones de unidades, lo que supuso un aumento del 5% con respecto al año anterior. España, con el 16%, era el país con mayor número de colmenas, seguido de Rumania, con el 11%.

Si España es el país de la UE con más colmenas, el que tiene más apicultores es Alemania (20% del total), seguido de Francia e Italia. Sin embargo, el grado de profesionalización de estos apicultores es más alto en países como Grecia, que ronda el 80% (apicultores profesionales con respecto al total), al igual que España.

La producción de miel en la Unión Europea para 2019 alcanzó un volumen próximo a las 260 000 toneladas, un volumen inferior en un 8% producido en el año 2018. Respecto al comercio, la Unión Europea es netamente importadora de miel, ya que compra fuera más del 40% de todas las importaciones mundiales y es la primera importadora de miel del mundo. Las importaciones son necesarias para cubrir el consumo interno de la UE y la balanza comercial es deficitaria porque las importaciones son muy superiores a las exportaciones.

Así, en 2019 las entradas de miel a la UE ascendieron a cerca de 210.070 toneladas, frente a las 207.370 toneladas del año precedente. El país que más miel vendió a la UE-28 fue China (79.201 toneladas, un 1,25% menos

que en 2018 y prácticamente el 37% de todo lo importado), seguida de Ucrania (44.988 toneladas, un volumen superior al del año precedente) y de Argentina (21.818 toneladas, muy por debajo de un año antes). Otros países terceros a los que se compra miel son México, Cuba, Chile y Brasil.

Como en años anteriores, Alemania fue el país que más miel compró (cerca de 57.000 toneladas), seguido de Reino Unido (42.000 toneladas) y de Bélgica.

En cuanto a las exportaciones comunitarias de miel, en 2019 la UE exportó cerca de 28.226 toneladas de miel frente a las 27.283 toneladas del año anterior.

Las exportaciones comunitarias suponen el 5% del total mundial exportado y las ventas de esta miel fueron a parar a países como Suiza (el primer país importador de la UE), Arabia Saudí, Estados Unidos y Japón. Asimismo, los países europeos que más miel exportaron fueron de nuevo Alemania y España, a pesar de que en el año 2019 registraron un descenso de las exportaciones como ya ocurrió un año antes. ■

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE MIEL

Finalmente, a nivel mundial la producción de miel se situó en 2019 en 1,8 millones de toneladas, según estimaciones, un volumen significativamente inferior al de las últimas campañas.

Los países con mayor producción a nivel mundial fueron China (cerca del 29% del total), la Unión Europea en su conjunto (13%), Turquía (6%), Argentina (4%) e Irán (4%).

Anualmente se exportan cerca de 525.000 toneladas de miel en el mundo y China es el país que más vende al exterior (unas 125.000 toneladas). ■



MIEL



El sector de la miel envasada vive un buen momento por el aumento de la producción gracias al mayor número de colmenas y también por el incremento del consumo. En la última década, España ha pasado de contar con algo más de 2 millones de colmenas a casi 3 millones, un avance notable que ha colocado la producción española en los primeros puestos a nivel europeo.

El grueso de estas colmenas pertenece a apicultores profesionales, que representan el 18% de los casi 32.850 que hay registrados en España (un 36% más de los que había en 2010).

La región con más explotaciones apícolas es Castilla y León, seguida muy de cerca por Andalucía y Galicia.

La producción nacional (por debajo de las 30.000 toneladas) no cubre la demanda y es necesario importar. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector productor profesional, la base productiva, está formado por casi 6.000 apicultores, pero en total hay en España más de 32.000 productores de miel de los cuales un gran número produce para autoconsumo.

Por su lado, el sector de las empresas comercializadoras de miel está compuesto por un gran número de pequeños operadores, ya que menos de 10 empresas tienen facturaciones por encima de los 10 millones.

La primera empresa por el valor de sus ventas pertenece a un grupo con actividad en otros sectores como la

pastelería, la bollería o las infusiones. Su facturación en 2019 rondó los 29,7 millones de euros (el dato incluye las ventas totales del grupo).

La segunda empresa comercializadora de miel (la primera que trabaja exclusivamente en este sector) facturó cerca de 26 millones de euros en el último ejercicio y la tercera tuvo unas ventas por importe de 25 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) están muy introducidas en los lineales de supermercados e hipermercados. ■

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de la miel es claramente negativa para nuestro país. Las importaciones llegaron durante 2019 a las 26.800 toneladas, con un retroceso interanual del 4%, mientras las exportaciones se quedaron en poco más de 22.400 toneladas (un 3% menos), de las cuales más de la mitad tenía un origen extracomunitario.

Según la Asociación Española de Comerciantes y Envasadores de Miel (ASEMIEL-ANIMPA), la Unión Europea necesita importar un 40% de la miel que se consume en el territorio y lo mismo ocurre en España donde no se produce la suficiente para cubrir el consumo y la exportación.

Toda la miel comercializada en España, independientemente del origen, tiene todas las garantías de auten-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA MIEL	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Granja San Francisco, S.L. *	29,7
Apisol, S.A.	26
Honeygreen, S.A	25
Euromiel, S.C.L.	20
Mielso, S.A.	20
Maes Honey Inter. S.L.U	18,6
Naturval Apícola, S.L	13,2
Primo Mendoza, S.L.	11
Reina Apícola Levantina, S.L	10,5
Hernando Hurtado, S.A	8,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

ticidad y pureza. Antes de autorizar la importación de miel, la UE realiza auditorias en origen para asegurarse de que los productos que entran en Europa tienen todas las garantías

Asimismo, los envasadores de miel españoles trabajan junto con las administraciones para conseguir un control total y exhaustivo de todas las mieles importadas.

Cuando se trata de miel española, en el etiquetado se tiene que etiquetar como tal y en el caso de que se trate de una combinación de mieles de diferentes orígenes, se tiene que especificar. ■

CONSUMO Y GASTO EN MIEL

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 18,4 millones de kilos de miel y gastaron 116,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,4 kilos de consumo y 2,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la miel envasada (0,2 kilos por persona y año), aunque los niveles está

parejos con respecto al consumo de miel a granel (0,2 kilos por persona al año). En términos de gasto, la miel envasada concentra el 60,0% del gasto, con un total de 1,5 euros por persona, mientras que la miel a granel presenta un porcentaje del 40,0% y un total de 1,1 euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN MIEL DE LOS HOGARES, 2019				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL MIEL	18,4	0,4	116,5	2,5
GRANEL	7,4	0,2	48,6	1,1
ENVASADA	11,0	0,2	67,9	1,5

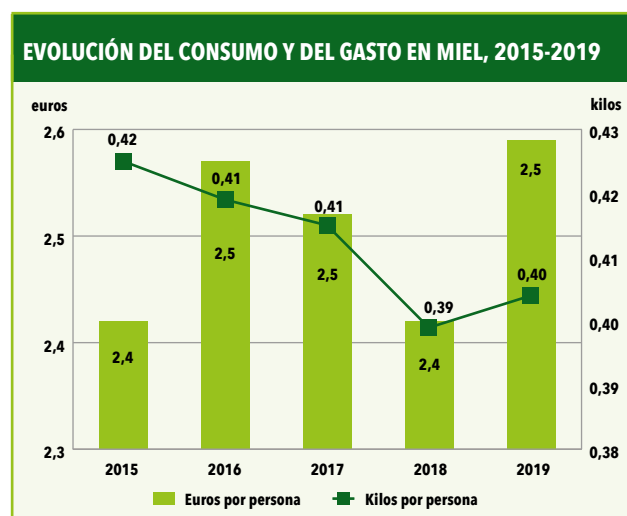
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

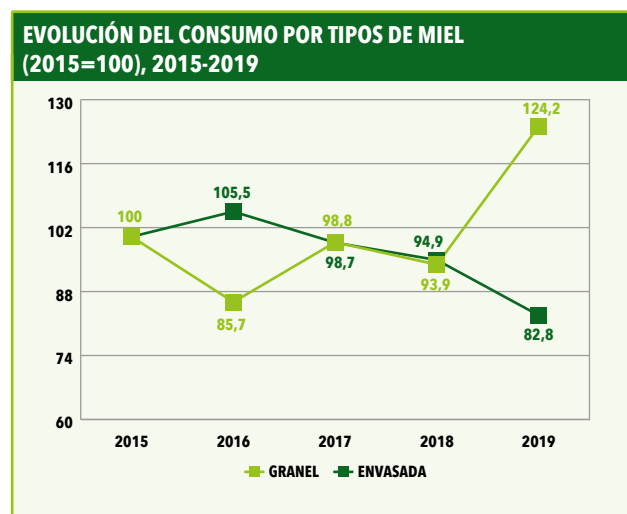
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de miel, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de miel es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de miel es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona menor de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de miel, mientras que los índices más reducidos se registran conforme va aumentando el número de miembros del hogar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población menores de 2.000 habitantes cuentan con el mayor consumo per cápita de miel, mientras que los menores consumos tienen lugar en municipios de 100.000 a 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Comunidad Valenciana y Castilla y León cuentan con los mayores consumos de miel mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Navarra y Andalucía. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

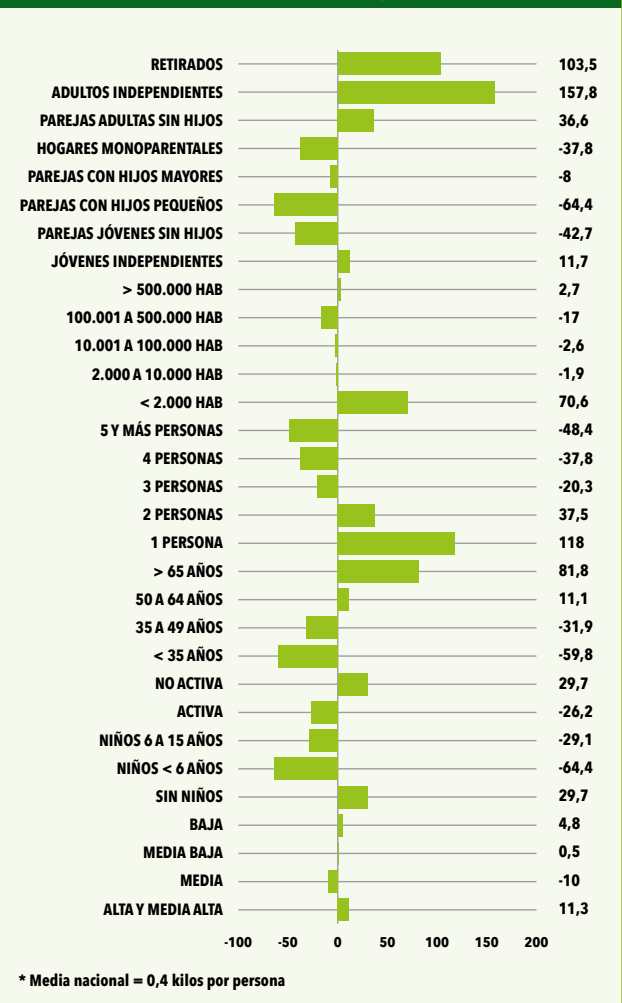
Durante los últimos cinco años, el consumo de miel se ha mantenido estable, con un ligero incremento en el ejercicio 2015, mientras que el gasto ha aumentado 10 céntimos euro per cápita con respecto a 2015. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015, con 0,42 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2019 (2,5 euros por consumidor).



En la familia de miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, en el consumo de miel a granel se produce un ascenso mientras que en la miel envasada se advierte un retroceso. ■



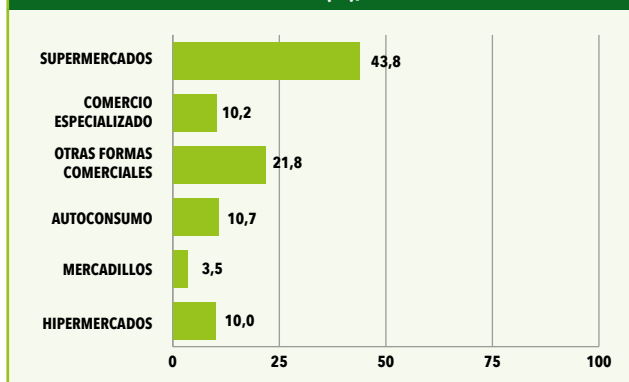
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MIEL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (43,8% de cuota de mercado). El comercio especializado alcanza en este producto una cuota del 10,2%, el hipermercado representa el 10,0%, y el autoconsumo el 10,7%. Los mercadillos suponen el 3,5%, y las otras formas comerciales concentran el 21,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

MIEL DE GRANADA *

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

MIEL

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

MIEL D'M

ES MEL

AIXÒ ÉS MEL

CANARIAS

MIEL

MIEL DE TENERIFE *

CANTABRIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LIÉBANA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LA ALCARRIA *

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMEN-

TARIOS

MIEL DE AZAHAR

MIEL DE ROMERO

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL VILLUECAS-IBORES *



GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MEL DE GALICIA * (MIEL DE GALICIA)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

MIEL

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EZTIA (MIEL)

* Inscrita en el Registro de la UE



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 movilizadas, 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, Otívar, 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 km². En este maravilloso lugar, rico en plantas aromáticas silvestres, la producción de miel es una

actividad de gran arraigo y tradición popular.

CARACTERÍSTICAS: La Miel de La Alcarria es exclusivamente floral. Esta miel natural conserva todas sus propiedades y características originales. Se reconocen tres tipos atendiendo a su origen floral, dos monoflorales: romero y espliego, y una miel multifloral. La comercialización se realiza en tarros de cristal.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 45 productores, que manejan 10.337 colmenas, y 18 industrias de envasado. En 2011, la producción total ha sido de 178.820 kg y la comercialización con Denominación de Origen Protegida ha sido de 105.718 kg.



Miel de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica abarca todos los términos municipales de la comarca de Liébana, perteneciente a la Comunidad Autónoma

de Cantabria. Los municipios que conforman la comarca son: Cabezón de Liébana, Camaleño, Cillorigo de Liébana, Pesaguero, Potes, Tresviso y Vega de Liébana.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de miel que se producen en la zona y que podrán ampararse bajo la Denominación de Origen Protegida "Miel de Liébana" son:

Miel de mielada: Procede del mielato de roble y encina, y del néctar de Erica spp. (brezos), Rubus sp. (zarza) y un % variable de pólenes presentes en la flora de la comarca de Liébana.

Miel monofloral de brezo: Procede del néctar de las siguientes especies: Erica cinerea, Erica vagans, Erica tetralix, Erica cirialis y Calluna vulgaris (brecina o falso brezo).

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Miel Villuercas-Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Miel Villuercas-Ibores ampara la producción de miel en una zona de más de 400.000 hectáreas, de paisaje variado y abundante vegetación, localizada en el sureste de la provincia de Cáceres, que se reparte entre 27 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La producción de miel en esta zona de Extremadura es muy tradicional, con colmenas estantes que contribuyen a una mejor polinización de los cultivos. Se recolectan varios tipos de mieles: miel del bosque, procedente del roble, castaño y encina, muy aromática; miel de néctar de flores, cuyo aroma y sabor son excepcionales, y miel de retama, procedente de los arbustos y matorrales en flor.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 34 apicultores con 13.500 colmenas censadas, y 4 industrias envasadoras. La producción media anual asciende a unos 300.000 kilos de miel, de los que se certifican con DOP 60.000 kilos.

Miel de Tenerife

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la miel amparada por la DOP "Miel de Tenerife" abarca todo el territorio de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La DOP Miel de Tenerife ampara las siguientes mieles monoflorales: miel de Retama del Teide, miel de Tajinaste, miel de Aguacate, miel de Castaño, miel de Brezal, miel de Relinchón, miel de Barrilla, miel de Hinojo, miel de Poleo, miel de Agave (Pitera), miel de Malpica, miel de Teder y miel de Mielada.

Las mieles de Tenerife con DOP presentan espectros polínicos compuestos por pólenes de especies botánicas presentes en Tenerife, en proporciones tales que se correspondan con los ecosistemas de la isla, y, por tanto con ausencia de pólenes de floraciones no presentes en la misma. Las mieles de Tenerife no presentan defectos sensoriales (fermentado, ahumado, etc.) demostrado tras su análisis sensorial; sus características organolépticas: olor, sabor y textura son muy variables, así como su color que va desde el blanco agua al ámbar oscuro, debido a la diversidad y especificidad de las floraciones que las originan.

DATOS BÁSICOS: En el consejo Regulador figuran inscritas 6.692 colmenas, 164 explotaciones apícolas, 41 centros de extracción de miel y 9 centros de envasados de miel con una producción de 42.931 kilos de miel certificada.



CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO



El sector nacional del chocolate y el cacao siguió creciendo en 2019, continuando con las inversiones en I+D+i y apostando por la sostenibilidad en el envasado. La innovación constante de las ofertas (con nuevos formatos y envases, presentación de productos más saludables, etc.), constituye uno de los rasgos que más caracterizan a este sector en los últimos años.

Esa innovación en las presentaciones se materializó en todos los segmentos del mercado del chocolate, pero especialmente en el sector de las tabletas.

Un elemento clave para promover el crecimiento de la demanda ha sido redirigir la oferta hacia el sector de los productos saludables, reduciendo de forma muy significativa su contenido de azúcar, incorporando nuevos elementos en sus composiciones y aumentando los porcentajes de cacao. La desestacionalización de los consumos ha sido también un factor fundamental para impulsar el incremento de la demanda.

El sector, por tanto, ha encontrado sus principales perspectivas de futuro en el dinamismo de los productos de mayor valor añadido.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE),

la producción española del sector del cacao y el chocolate superó durante el ejercicio 2019 las 142.000 toneladas, tras registrar un modesto incremento interanual. De esa producción total, el 54% fueron tabletas, barras y pastillas de chocolate y el resto, bombones, pasta para untar, chocolate blanco, artículos de confitería y otras producciones. El valor de todas estas producciones rondó los 588 millones de euros.

En cuanto a la comercialización, la venta de chocolates y cacao en la distribución organizada aumentó (entre junio de 2018 y mayo de 2019) un 1,7%, según los datos de la consultora Nielsen. Este crecimiento fue similar al experimentado en años anteriores y confirma una tendencia al crecimiento que se aprecia más en las tabletas y cremas de untar, que en el cacao soluble,

De acuerdo con los datos de Nielsen, las ventas en librerías (distribución moderna, canal tradicional y gasolineras de todo el territorio nacional) ascendieron en el ejercicio junio 2018-mayo 2019 a 159.588 toneladas, por un valor de 1.342 millones de euros, un 4,3% más que en el período precedente.

La rentabilidad de las empresas se vio incrementada por la estabilidad del precio internacional del cacao. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de cacao y chocolate está compuesto por más de un centenar de operadores, muchos de ellos de dimensiones pequeñas y medianas.

Sin embargo, el ranking de productores está encabezado por varios grupos empresariales fuertes, que en algunos casos son filiales de grupos internacionales con amplia trayectoria en el sector.

Los cinco primeros productores del ranking nacional acaparan más del 60% de las ventas totales, lo que da una idea del alto grado de concentración que hay en el sector. En 2019, la empresa líder del sector de chocolates y cacao registró unas ventas totales de cerca de 1.995 millones de euros, aunque en esa cifra aparecen también computadas otras líneas de negocio. Durante ese ejercicio, la empresa experimentó un notable incremento interanual en facturación y en su producción anual destacó la línea de bombones, con un valor de casi el 30% de su facturación total.

A muy larga distancia de la primera en el ranking, la segunda empresa del sector también es un grupo y su facturación durante el ejercicio 2019 se estimó en 550 millones de euros.

La tercera, un grupo también, concluyó el ejercicio con unas ventas superiores a los 388 millones de euros y las siguientes empresas en el ranking se situaron a muy larga distancia de esta cifra.

Las marcas de las cadenas o marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el sector, aun-

que ésta no es uniforme en todos los segmentos. En el ejercicio 2019, según varias consultoras, las MDD representaban más del 42% del volumen de tabletas de chocolate vendidas en libreservicio (híper y supermercados de más de 100 m²), así como también el 32,5% del valor. En ese mismo período, la primera marca del sector (Nestlé) representaba e 21,3% en volumen y el 18,4% en valor.

Por su lado, en el segmento de los bombones las marcas de distribución acaparaban el 36,5% del volumen y el 19,8% en valor, de las ventas en libreservicio, mientras que la primera marca de productor (Ferrero) representaba el 20,3% del volumen y el 27,7% del valor.

Del total de tabletas de chocolate vendidas en ese período en supermercados e hipermercados, el 57% eran tabletas de chocolate con leche; el 36% eran chocolate negro y el resto, blanco y de mezclas.

En el segmento de los snacks, el grueso de las ventas en 2019 fueron barras de chocolate (50,4% del total), seguidas de las grageas, las mini tabletas y los huevos de chocolate.

Por último, algo más de la mitad de todas las ventas de bombones en supermercados e hipermercados en 2019 fueron de los llamados “surtidos”. ■

COMERCIO EXTERIOR

En los últimos años, las exportaciones españolas de productos derivados del cacao han crecido de forma significativa, aunque la balanza comercial es siempre negativa ya que las empresas necesitan importar la totalidad de la materia prima utilizada para la elaboración de los productos de chocolate.

En el ejercicio 2019, según los datos de Aduanas se exportaron 227.886 toneladas de todos los productos relacionados con el cacao y sus preparaciones (chocolate, bebidas, pasta para untar bombones, cacao en polvo, etc.) y se importaron 374.659 toneladas. En ambos casos, fueron volúmenes superiores a los del año precedente.

La Unión Europea acaparó el 76% de todo este comercio exterior, seguida por países como Marruecos, Argelia, Israel o Estados Unidos.

Dentro de la UE, los principales destinos fueron Francia (24,8% del total), Reino Unido (más del 17%), Portugal

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo*	1.995
Mondelez España Grupo*	550
Natra, S.A. - Grupo	388,12
Ferrero Ibérica, S.A. *	255,57
Idilia Foods, S.L. *	173
Lacasa, S.A. - Grupo *	145
Chocolates Valor, S.A.	125,51
Sanchis Mira S.A*	110
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería)*	93
Lindt & Sprungli España S.A	84,10

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

Chocolates y derivados del cacao

(13,3%) y Alemania (8,3%), Italia (3,3%), Bélgica (2,6%), Suecia (2%), Grecia (1,4%) y Países Bajos (1,4%).

España importa cacao de países como Costa de Marfil (principal productor mundial), Ghana, Indonesia, Nigeria y Brasil. Asimismo, importa chocolates sin rellenar



acapanan (el 19% del total), seguidos por las pastas para untar, preparados para bebidas solubles (13,4%) y bombones (10%). Nuestros principales proveedores son Francia, con el 28,5% del total, Alemania (26%), Italia (12,7%), Bélgica (10,4%), Austria (5,7%) y Holanda (6,8%). ■



CONSUMO Y GASTO EN MIEL

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 162,2 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.189,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,5 kilos de consumo y 25,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al cacao soluble y a los chocolates (1,1 kilos y 1,2 kilos por persona y año,

respectivamente). En términos de gasto, los chocolates concentran el 40,3% del gasto, con un total de 10,4 euros por persona, mientras que el cacao soluble presenta un porcentaje del 19,7% y un total de 5,1 euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDÁNEOS	162,2	3,5	1.189,5	25,8
CHOCOLATES	57,5	1,2	479,8	10,4
CHOCOLATE TABLETAS	48,6	1,1	401,3	8,7
CON LECHE	25,8	0,6	182,1	3,9
SIN LECHE	22,9	0,5	219,2	4,8
CON ALMENDRAS	8,6	0,2	79,2	1,7
OTROS CHOCOLATES	40,0	0,9	322,1	7,0
TURRÓN DE CHOCOLATE	8,9	0,2	78,5	1,7
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	104,7	2,3	709,8	15,4
BOMBONES	12,3	0,3	177,9	3,9
SNACKS CHOCOLATE	13,7	0,3	163,4	3,5
CACAO SOLUBLE	50,5	1,1	234,7	5,1
NORMAL	47,7	1,0	206,6	4,5
LIGHT	2,8	0,1	28,1	0,6
CREMA CACAO UNTAR	18,3	0,4	105,1	2,3

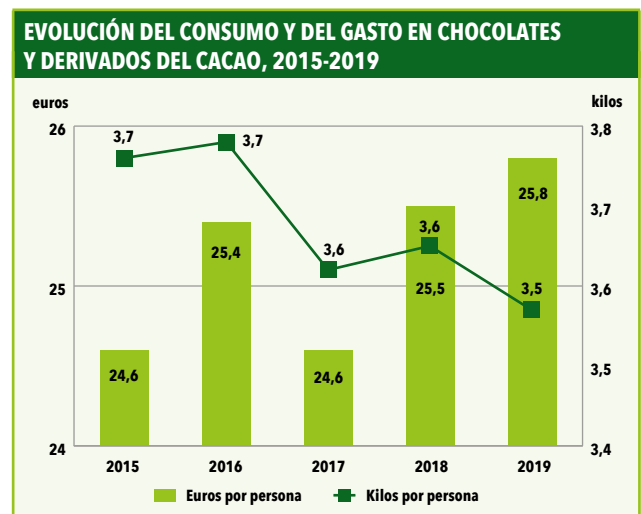
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

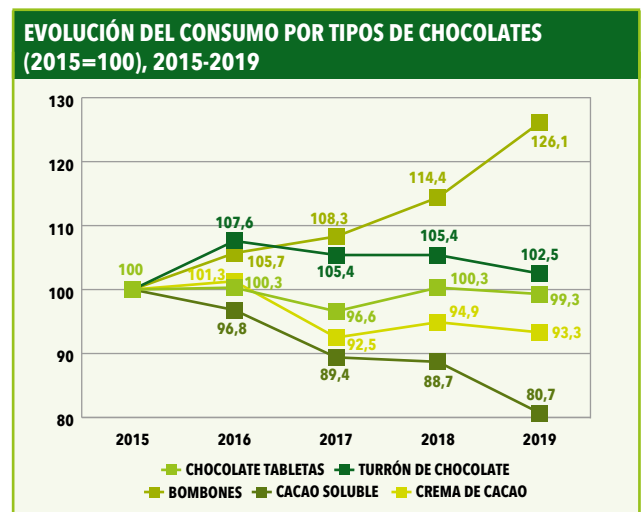
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los 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 más de 65 años el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan tres personas.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.000 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, entre los retirados y en el caso de los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de éstos, y las parejas sin hijos, con independencia de la edad de las mismas.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Canarias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

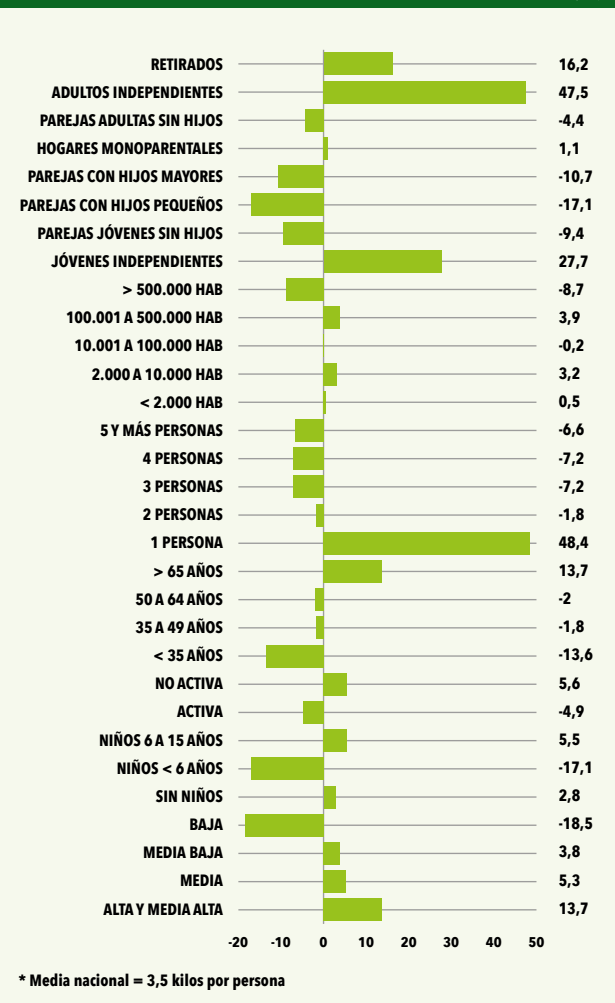
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de chocolates y derivados del cacao se han mantenido estables incluso con un ligero ascenso en el gasto (subida de 1,2 euros). En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado tuvo lugar en los años 2015 y 2016, con 3,7 kilos por persona, mientras que el mayor gasto se produjo en el ejercicio 2019 (25,8 euros por consumidor).



En la familia de chocolates y derivados del cacao, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de bombones y turrón de chocolate aumenta, mientras que, por el contrario, en cacao soluble y crema de cacao se produce un descenso. ■



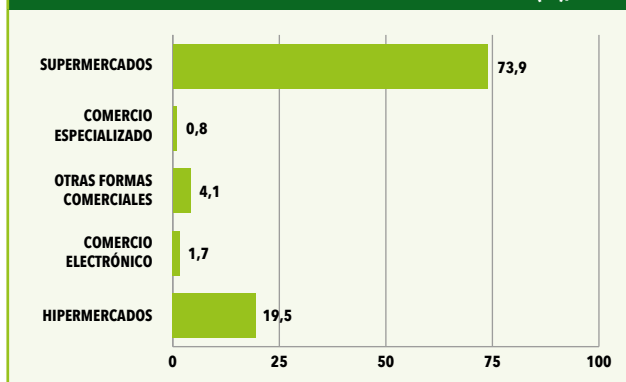
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (73,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,5%, mientras que los establecimientos especializados representan el 0,8%. Las otras formas comerciales concentran un 4,1% y el comercio electrónico llega al 1,7%.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS



Los platos preparados conforman un mercado muy heterogéneo, con multitud de ofertas que presentan perspectivas de futuro muy distintas. En función de los métodos de conservación aplicados, se distinguen los platos preparados congelados, los refrigerados y los platos preparados a temperatura ambiente. Por su parte, atendiendo a la familia de productos, se diferencian: los platos preparados con productos cárnicos; los que llevan productos del mar; las croquetas; la tortilla de patata; los calamares a la romana; el surimi; las gulas; la pasta; los salteados; los arroces; las cremas; las sopas; las verduras; las pizzas; los “paninis”; los postres; los churros; las empanadillas; los rollitos de primavera y los “fingers” de queso, entre otros.

Teniendo en cuenta esa gran diversidad, es muy difícil proporcionar cifras fiables que recojan todos los movimientos del sector.

Según los datos que maneja la Encuesta Industrial de Producto, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2019 la producción de platos preparados a base de carne, pescado, verduras o legumbres, pasta de todo tipo o platos preparados como la pizza congelada, sumaron 374.025 toneladas, por un valor de 1.297 millones de euros, un 7% y un 13% respectivamente, por encima de los valores del año 2018.

Dentro de los platos preparados, el sector que según la encuesta del INE más aporta en volumen y en valor es el de los productos cárnicos, que sin embargo registraron en 2019 una caída en volumen del 4% (se produjeron 119.773 toneladas).

Por su lado, el sector que más creció porcentualmente en producción fue el de los platos de pescado y marisco (25%), seguido muy de cerca por las pizzas congeladas (24%) y por la pasta rellena (11%).

En el grupo de productos donde se encajan las empanadillas y las croquetas, dos presentaciones muy clásicas, la producción industrial aumentó un 4% en volumen, pero disminuyó un 3% en valor.

En cuanto a los platos de verduras y legumbres, que son de los más demandados, se registró un aumento del 2% en el volumen producido y también del 14% en valor.

Según un estudio de la consultora Nielsen, el consumo de platos preparados aumentó un 5,7% en 2019, hasta alcanzar un valor cercano a los 3.000 millones de euros.

Por su lado, según los datos del Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura, las ventas de platos preparados para su consumo en el hogar aumentaron un 3,3% en volumen el año pasado, hasta las 592.454 toneladas, lo que supuso 15 kilos por cápita al año. El ascenso fue del

7,8% en las opciones con base de pescado o marisco; del 8% en los platos con arroz o pasta; y del 17,2% para la tortilla.

En los últimos años, con las nuevas tendencias de consumo y la entrada de los restaurantes en el hogar a través del 'delivery', se ha producido un aumento de la oferta de platos preparados por parte de la distribución alimentaria y muchos supermercados e hipermercados cuentan con su propia línea de comida "lista para llevar". ■

PLATOS A TEMPERATURA AMBIENTE

Una de las líneas de producción dentro de los platos preparados es la de los platos a temperatura ambiente (comida ambient). Tras varios años de continuados crecimientos en producción y consumo, este mercado (que incluye formatos en lata o preparados para calentar en horno o microondas) se mantuvo estable en el sector de la venta minorista o al detalle.

Las únicas categorías que crecieron fueron las clásicas legumbres y los vegetales, que en los últimos años se han asociado a una alimentación más saludable, acorde con los gustos del consumidor actual.

Las marcas de distribución (MDD) lideran el mercado en libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados), aunque hay dos empresas que siguen arañando cuota de mercado. En concreto, entre los platos de legumbres y verduras, las MDD en el año 2019 representaron el 49,3% de la cuota de mercado en volumen y el 40% en valor, según los datos de la consultora IRI. Sin embargo, en el segmento de los platos de pasta y arroz, el porcentaje de cuota de mercado que tienen las MDD en libre servicio es minoritario (6%).

Además, el tirón de la demanda ha hecho que muchas empresas nuevas se hayan lanzado a la producción de legumbres y verduras a temperatura ambiente. ■

PIZZA FRESCA Y SANDWICH

La Encuesta Industrial de Producto, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), estima que la producción de alimentos perecederos, como la pizza fresca y los sándwiches, en 2019 superó los 32,5 millones de toneladas, un 7% más que en el año anterior.

El valor de estas producciones, según el INE, superó los 114,5 millones de euros, cifra que comparada con el año anterior supuso una caída del 1%.

El mercado de los sándwiches lleva muchos años evolucionando positivamente porque ha sabido adaptarse muy bien las tendencias del mercado.

En el segmento de los sándwiches refrigerados, el mercado también evoluciona al alza. Según las estimaciones de la consultora IRI, en volumen las ventas de sándwich y bocadillos en libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados), sumaron en el último ejercicio 5.894 toneladas (un 0,75% más que en el período anterior) y alcanzaron un valor de 43,8 millones de euros (11,5% más). Este aumento fue debido a que los precios medios subieron.

Por su lado, en 2019 las ventas de pizza refrigerada en libre servicio sumaron 84.199 toneladas, por un valor de 468 millones de euros, un 5,2% y un 5,7% respectivamente con respecto al período anterior. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de platos preparados no tiene unos rasgos nítidos, ya que conviven realidades muy diferentes en ese mercado. En 1978 se constituyó la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE), que tiene ámbito nacional y está formada por 16 empresas, que emplean a unas 4.000 personas. Estas empresas registran una producción superior a los 240 millones de kilos de comida al año, de los cuales el 84% van dirigidos al mercado interior y el resto a la exportación.

Sin embargo, en el sector se calcula que hay cerca de 300 empresa que trabajan en comida preparada, aunque los líderes sectoriales tienden a ser grandes grupos alimentarios de sectores afines, como las conservas vegetales, los productos congelados o los elaborados cárnicos, con líneas de negocio específicas en este mercado, junto a algunas compañías multinacionales y ciertos especialistas de capital español que tienen su fortaleza en alguna oferta concreta.

La innovación aparece como la principal estrategia empresarial para arañar cuotas de mercado. Los principales grupos del sector han asumido el compromiso de reducir en un 10% el contenido en sal y grasas saturadas de sus presentaciones.

Cataluña y Galicia son las dos comunidades autónomas donde más empresas del sector se encuentran radicadas, seguidas de Navarra, Castilla-La Mancha, Madrid y el País Vasco.

Entre los platos preparados congelados, las marcas blancas (MDD) acaparan cerca del 58% del total en volumen, mientras que en el segmento de la comida refrigerada, alcanzan el 60% en volumen. ■

COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de cifras fiables sobre el comercio exterior de platos preparados. Según ASEFAPRE, las 16 compañías que la componen exportaron durante el último ejercicio computado unas 35.000 toneladas, lo que supone el 16% de toda su producción. En los últimos años, el porcentaje de ventas al exterior de ASEFAPRE se ha ido incrementado progresivamente.

Algunos platos preparados típicamente españoles, como los gazpachos, tienen una buena salida en los mercados internacionales, especialmente en países como Francia. Por lo que hace referencia a las importaciones, las más significativas son las de materia prima utilizada para la elaboración de platos preparados. Al tratarse de unos mercados dominados por grandes compañías multinacionales, muchos de los intercambios entre filiales de un mismo grupo no quedan registrados en las estadísticas de comercio exterior. También muchos fabricantes optan por instalar sus instalaciones de producción cerca de los grandes mercados potenciales. ■



PRODUCTOS DESHIDRATADOS

Los productos deshidratados constituyen un mercado muy variado, con muy diferentes perspectivas de crecimiento. Una oferta muy clásica es la de los platos deshidratados (sopas en sobre, platos de pasta y arroces deshidratados y “noodles”) que muestran un dinamismo

renovado en presentaciones más novedosas, mientras que tienden a perder peso las ventas de las sopas en sobre y de los platos de pasta y arroz.

El mercado está dominado por grandes grupos multinacionales, junto a algunos especialistas de capital español. Las marcas blancas (MDD) representan el 35% de todas las ventas de sopas en volumen. ■

COMIDA ÉTNICA

Se estima que las ofertas de comida de otros países apenas suponen el 1,2% de todos los platos preparados consumidos en los hogares españoles.

El mercado de la comida étnica en España sigue mostrando un notable dinamismo, aunque el comportamiento de las diferentes cocinas resulta muy variable.

Los mayores índices de crecimiento se registran en el sector de la comida mexicana y en el del sushi japonés. También están creciendo de manera significativa las ventas de platos de origen árabe, como el hummus o el tabulé, mientras que, por el contrario, la demanda de noodles chinos se ha estabilizado de manera drástica, después de varios años de crecimiento.

Las cinco primeras empresas en el ranking de importación o fabricación de comida mexicana facturaron cerca de 80 millones de euros en el último ejercicio, lo que da una idea de por dónde se mueve el mercado.

Hay algunas referencias de alimentos que han crecido mucho y que inicialmente eran importados para consumo de las comunidades migrantes de nuestro país. Entre esas ofertas destacan la quinua, las pulpas de frutas congeladas y el dulce de leche.

La última tendencia en el mercado de la comida étnica es el poke, un plato hawaiano a base de pescado crudo (normalmente atún o salmón), que es fácil de presentar en un formato práctico y que se adapta muy bien a las tendencias actuales del consumo.

El sector empresarial de las comidas étnicas está compuesto por especialistas sectoriales y por las grandes compañías alimentarias multinacionales que mantienen esa línea de negocio entre todas sus ofertas.

Las marcas blancas (MDD) son también muy importantes en el mercado, especialmente en segmentos como los platos mexicanos. ■

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 699,8 millones de kilos de platos preparados y gastaron 3.009,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 15,2 kilos de consumo y 65,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (5,6 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,6 kilos per cápita), de las pizzas (2,4 kilos per cápita), y de los platos preparados en conserva (1,8 kilos per cápita). En términos de gasto, las pizzas concentran el 23,6% del gasto, con un total de 15,4 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 19,9% y un total de 13,0 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los platos preparados en conserva, con el 15,8% y 10,3 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 12,7% y un total de 8,3 euros por persona al año. El resto de platos preparados acapara el 22,2% restante, con un total de 14,5 euros por persona al año. ■



CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL PLATOS PREPARADOS	699,8	15,2	3.009,3	65,2
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	84,6	1,8	474,0	10,3
CONSERVA CARNE	29,3	0,6	209,9	4,6
CONSERVA PESCADO	3,1	0,1	31,1	0,7
CONSERVA VEGETAL	38,2	0,8	155,6	3,4
CONSERVA LEGUMBRE	17,1	0,4	56,3	1,2
CONSERVA PASTA	14,1	0,3	77,4	1,7
PLATOS PREPARADOS CONGELADO	119,0	2,6	600,3	13,0
CONGELADO CARNE	30,2	0,7	128,8	2,8
CONGELADO PESCADO	39,3	0,9	236,1	5,1
CONGELADO VEGETAL	20,7	0,4	94,2	2,0
CONGELADO PASTA	18,6	0,4	84,6	1,8
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	10,1	0,2	56,5	1,2
SOPAS Y CREMAS	256,4	5,6	385,0	8,3
GAZPACHO Y SALMOREJO	68,0	1,5	137,6	3,0
SOPAS Y CREMAS HORTALIZAS	37,4	0,8	64,1	1,4
PIZZA	112,3	2,4	709,6	15,4
PASTA RESTO	10,8	0,2	103,2	2,2
TORTILLAS REFRIGERADAS	20,8	0,5	69,0	1,5
OTROS PLATOS PREPARADOS	95,8	2,1	668,3	14,5

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

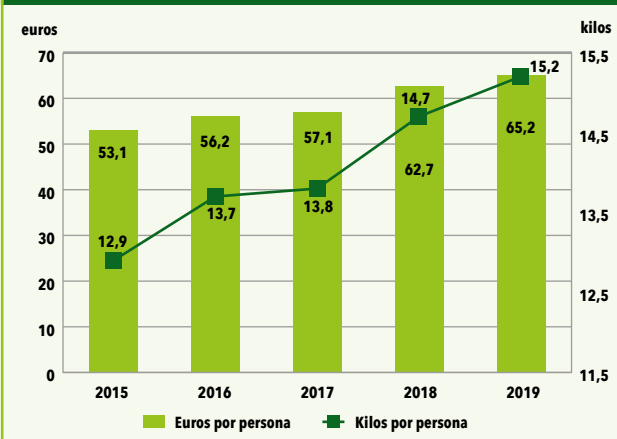
En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 mejores de 6 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 mayor 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 que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de platos preparados, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de platos preparados, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, retirados, parejas adultas sin hijos y en el caso de los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Comunidad de Madrid y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Navarra y Galicia. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

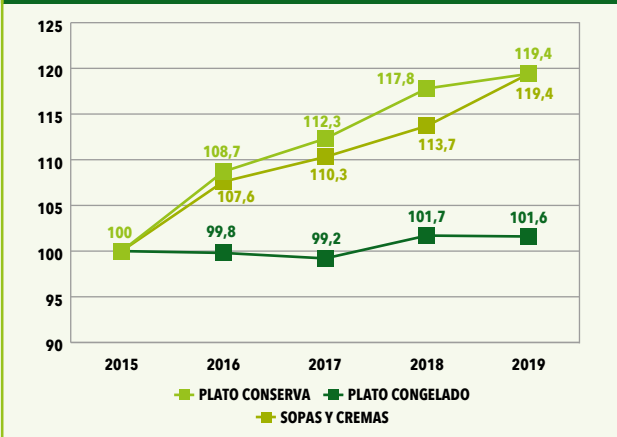
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 2,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 12,1 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2019 (15,2 kilos y 65,2 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PLATOS PREPARADOS, 2015-2019

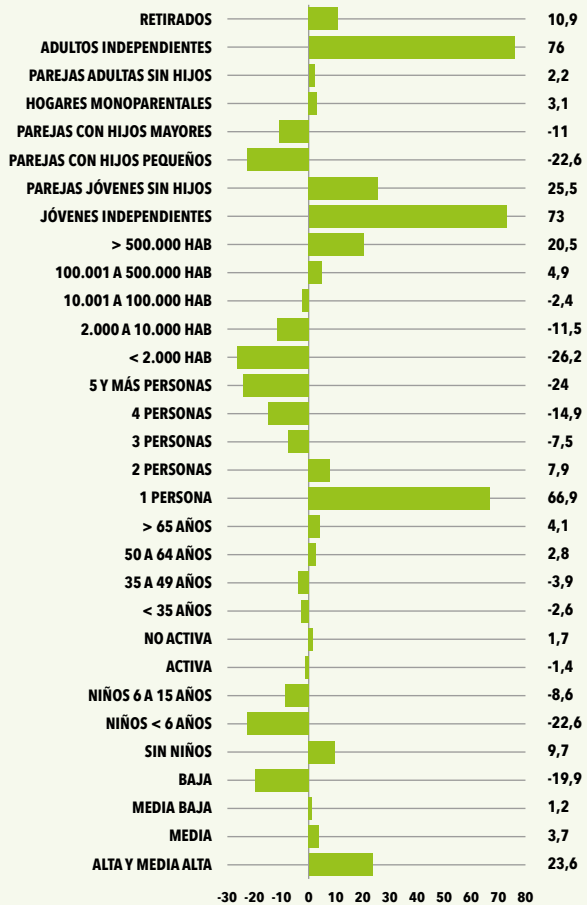


En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido favorable para todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de platos preparados en conserva, sopas y cremas y platos preparados congelados aumenta. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PLATOS PREPARADOS (2015=100), 2015-2019



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

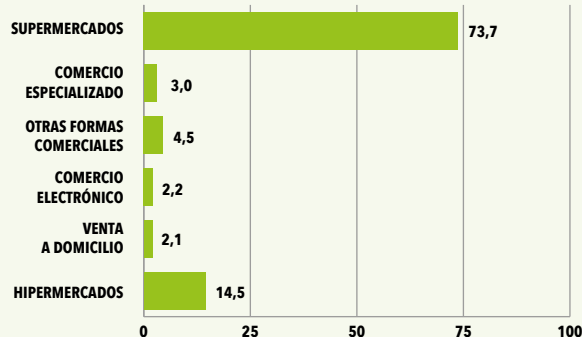


* Media nacional = 15,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (73,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 14,5% y los establecimientos especializados llegan al 3,0%. La venta a domicilio representa el 2,1%, mientras que el comercio electrónico llega al 2,2%. Finalmente, otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4,5% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



CALDOS Y SOPAS

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS

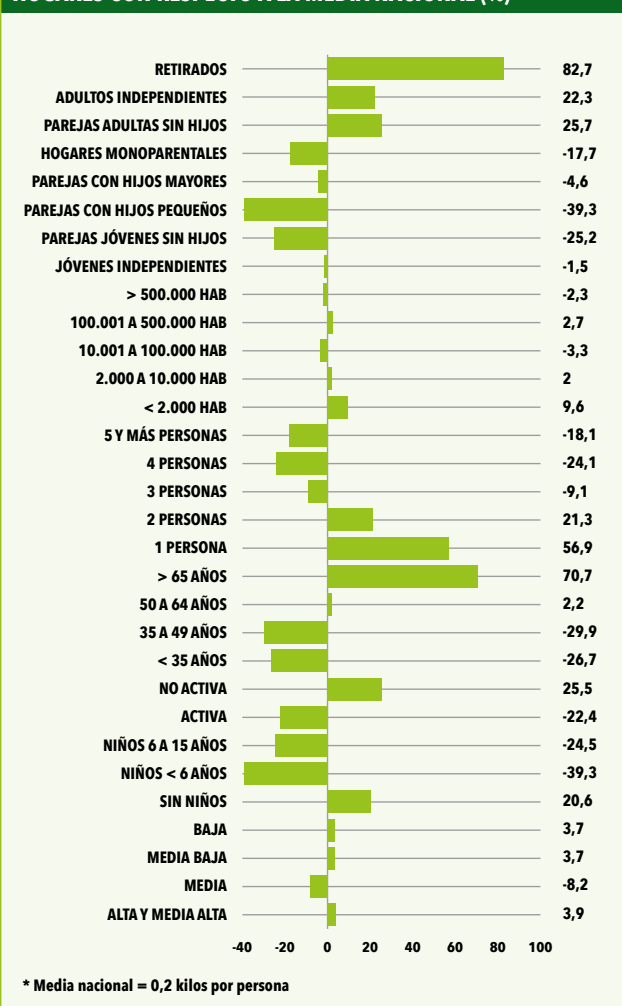
Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 8,1 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron 77,3 mi-

llones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 1,7 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CALDOS Y SOPAS	8,1	0,2	77,3	1,7

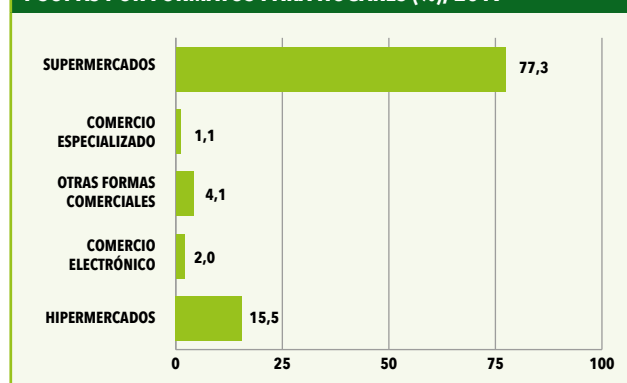
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CALDOS Y SOPAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (77,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,5% y los establecimientos especializados llegan al 1,1%. El comercio electrónico con 2,0% y otras formas comerciales con 4,1% cubren la cuota restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALDOS Y SOPAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



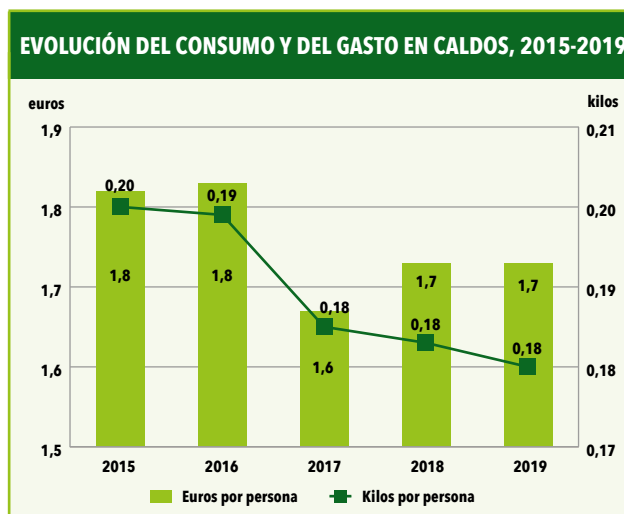
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

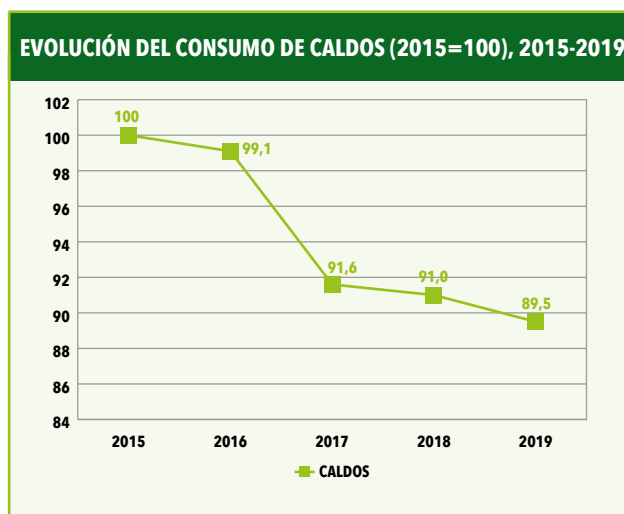
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de caldos y sopas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de caldos y sopas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de caldos y sopas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de caldos y sopas, mientras que los índices son más reducidos en aquellos hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de caldos y sopas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población entre 10.001 y 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, entre los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas La Rioja, Baleares y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Cataluña, Andalucía y, sobre todo, a Canarias. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de caldos se ha mantenido estable, con alguna pequeña variación, mientras que el gasto ha experimentado una ligera caída de 10 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2015, con 0,20 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (1,8 euros por consumidor).



En el periodo 2015-2019 y respecto a la demanda de 2015, el consumo de caldos ha sufrido variaciones, con una caída ligera pero continuada durante todos los ejercicios. ■



PRODUCTOS DIETÉTICOS

El sector de los productos dietéticos es muy heterogéneo y difícil de cuantificar, aunque cada vez hay más empresas que se han lanzado a producir este tipo de alimentos, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado.

A pesar de que no hay datos fiables, desde distintas consultoras se estima que el mercado está en franco crecimiento y supera en facturación los 1.100 millones de euros anuales, un 31% más que lo facturado un lustro antes. Aunque los resultados son muy buenos, los márgenes de crecimiento para este sector continúan siendo grandes ya que los niveles de consumo registrados en España están todavía muy por debajo de los de la mayoría de los países de su entorno.

La oferta de alimentos funcionales en España incluye toda una serie de productos que tienen un peso muy variado en el mercado. Por su volumen de ventas, el principal producto en el sector de los alimentos dietéticos son los complementos alimenticios, que son preparados que contienen vitaminas y/o minerales, y que se utilizan en casos de carencia (una dieta inadecuada, deporte intenso, la falta de horas de sueño, estrés, etc.) constituyen la principal partida (acaparan el 39% de las ventas).

Tras los complementos alimenticios están los alimentos para trastornos metabólicos y nutrición enteral (29% de las ventas), y después los alimentos para dietas hipocalóricas y las hierbas medicinales.

Desde el punto de vista del surtido, el producto dietético que más espacio ocupa en los lineales de la distribución son las galletas, donde además las marcas de productor tienen una presencia relevante.

Los snacks y la leche de soja son los otros dos productos que más espacio ocupan en los lineales, llegando en algunos supermercados e hipermercados a superar a las galletas. ■

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

El mercado tiene características especiales como su alto grado de atomización, pues los tres primeros fabricantes del sector copan el 45% del mercado.

Otra característica de este mercado es que la marca de distribución (MDD) no está muy implantada, aunque hay operadores que han desarrollado su propia gama de productos con marca blanca. Se estima que las MDD representan en este mercado el 10% del total de ventas en volumen, mientras que la primera oferta con marca de fabricante (MDF) llega hasta el 40%.

La última diferencia de este mercado con respecto a otros es que cada cadena de distribución ha desarrollado su línea de ventas de una forma distinta. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Hace unos años, eran sólo unas pocas empresas las que trabajaban en el mercado de los alimentos dietéticos, pero últimamente el auge de la demanda ha hecho que muchas otras se hayan incorporado a este mercado.

El sector empresarial de productores y comercializadores de alimentos dietéticos está compuesto por varios centenares de empresas, muchas de ellas de dimensión muy pequeña o mediana.

En este sentido, hace años el sector estaba copado por pequeñas empresas relacionadas con la parafarmacia o las hierbas medicinales, pero en la actualidad se encuentra dominado por unos pocos grupos que, en algunos casos son filiales de compañías multinacionales.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo *	1.995
Lactalis Puleva, S.L.U. *	660
Vicky Foods Products *	352
Abbott Laboratories, S.A. - División Nutrición	175
Hero España, S.A. *	173
Cerealto Siro Foods, S.L. *	577
Laboratorios Ordesa, S.L. *	140
Go Fruselva, S.L. Grupo *	152
Liquats Vegetals, S.A. *	62,8
Alimentación y Nutrición Familiar S.L. (ALNUT)	26

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

En cuanto a la distribución comercial, el mercado de los productos dietéticos también tiene sus propias características. Así, los herbolarios han sido tradicionalmente el canal de distribución de estos alimentos, pero esa situación ha cambiado de manera radical en los últimos años con la aparición de una serie de cadenas de distribución de alimentos dietéticos y ecológicos.

Aproximadamente se estima que existen en España alrededor de 200 supermercados especializados en alimentos dietéticos.

El líder de este segmento tiene casi 60 puntos de venta y factura más de 70 millones de euros, mientras que el segundo llega a más de 30 supermercados y factura más de 23 millones de euros.

Aparte de los supermercados dietéticos y de los herbolarios, las farmacias tienen también una cuota significativa en la venta de algunas ofertas muy específicas de productos dietéticos.

Asimismo, es importante la irrupción de la gran distribución organizada en la comercialización de los alimentos dietéticos. Se considera que, en la actualidad más de un 70% la oferta se vende en los lineales de las grandes cade-

nas de distribución alimentaria y ese porcentaje tiende a crecer de año en año. ■

CONSUMO

Todas las estimaciones disponibles indican que el consumo de alimentos dietéticos y complementos alimenticios han crecido de forma notable en nuestro país durante los últimos años. De todas maneras, esos niveles de consumo están claramente por debajo de los registrados en la mayoría de los países de nuestro entorno. Un 45% de los alemanes consume alimentos dietéticos de manera regular, mientras que en el caso de los franceses el porcentaje se reduce hasta el 30% y en el de los habitantes del Reino Unido hasta el 25%.

En España, algo menos del 20% declara consumir o haber consumido en el último año alimentos dietéticos. Esas personas tienen un perfil predominante urbano, en especial se trata de residentes en las grandes áreas de Madrid y Barcelona, y tienen menos de 50 años. Un rasgo típico del consumo español de alimentos dietéticos es su fuerte estacionalidad, ya que en torno a un 70% de todas las demandas se concentra en el periodo estival. ■

PRODUCTOS FUNCIONALES

Se considera que los alimentos funcionales son aquellos que tienen consecuencias positivas para el organismo y contribuyen a un mayor estado de salud y bienestar. Las diferencias entre los productos funcionales y otras presentaciones, como los alimentos dietéticos o los complementos alimenticios, muchas veces son difíciles de encontrar. Se estima que las versiones saludables de los alimentos vendidos en España pueden rondar los 1.100 millones de euros anuales y representar algo menos del 20% del total vendido en volumen. Estas ofertas son muy interesantes para los fabricantes, ya que aportan un mayor valor añadido a sus producciones.

En algunos sectores, los alimentos funcionales parecen haber llegado a su tope y su mercado presenta síntomas claros de madurez. Es el caso de los yogures funcionales, donde las demandas se han reducido, aunque todavía tie-

nen unas importantes ventas (cerca de los 830 millones de euros anuales).

Algo similar ocurre con los cereales funcionales, lastrados por problemas de demanda general. En el último ejercicio, sus ventas en el mercado nacional cayeron por debajo de los 124 millones de euros.

Por el contrario, hay sectores en los que el margen de crecimiento sigue siendo amplio. Tal es el caso de la leche, donde la gama funcional crece a un ritmo de cerca del 4% al año. Dentro de este segmento, son las leches sin lactosa las que muestran un comportamiento más dinámico.

En el caso de las galletas, el crecimiento de la gama funcional es más moderado, por lo que el sector productor estima que hay mucho margen para crecer.

Por su lado, las bebidas funcionales suponen el 45% de todo ese mercado en valor y el 48% en volumen, aunque

su crecimiento se ha visto paralizado en los últimos ejercicios, según las consultoras. En el caso de las bebidas de cola, las referencias más saludables (zero y light) copan ya el 48% del consumo.

Finalmente, dentro del pan de molde, las referencias integrales crecen también a un ritmo de más del 1% anual. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En sentido estricto, no hay un sector empresarial de alimentos funcionales, ya que todos estos productos son parte de la oferta de las empresas y estos alimentos están presentes en todos los principales sectores alimentarios.

De manera general, los fabricantes de alimentos funcionales tienden a ser grandes grupos, ya que suele ser necesaria una fuerte inversión en I+D+i para sacar ade-

lante una oferta viable de alimentos funcionales. En algunos casos concretos, aparecen especialistas que han conseguido posicionar en los mercados algún producto saludable específico, aunque estos hechos constituyen excepciones dentro de un mercado dominado por los grandes grupos alimentarios, muy a menudo de carácter multinacional.

Algunos de estos enormes operadores apuestan de forma decidida por este tipo de productos y están reconvirtiendo sus catálogos para reforzar estas ofertas.

La importancia de las marcas de distribución (MDD) depende de la consolidación del producto funcional. Así, en los casos en que se encuentran claramente asentados y cuentan ya con un largo recorrido, son las marcas blancas las que han conseguido acaparar la mayoría de las ventas, como ocurre, por ejemplo, con la leche. ■

ALIMENTACIÓN INFANTIL

El número de nacimientos en España continuó a la baja en 2019, con un descenso del 3,5% respecto al año anterior, hasta los 359.770 niños, lo que supuso la cifra más baja registrada desde 1941, primer año del que hay datos. Un año antes, los nacimientos fueron 367.374 (un 6,4% menos) y en 2017, 393.181.

El sector de los alimentos para bebés tiene un futuro incierto, teniendo en cuenta que su público objetivo tiende a disminuir de año en año.

El consumo de alimentos infantiles se redujo de manera bastante significativa durante los años más duros de la crisis, debido a que muchas mujeres dejaron sus trabajos y se encargaron directamente de la alimentación de sus hijos.

No obstante, en los últimos tiempos, el consumo promedio se ha recuperado ligeramente, pero se encuentra por debajo de muchos países de nuestro entorno.

Se considera que un/a niño/a español/a consume alrededor de 44 kilos de potitos y comidas infantiles al año. Además, se estima que su consumo de harinas y papillas ronda los 34 kilos anuales, a los que habría que añadir unos 30 litros de leches infantiles. El consumo de zumos infantiles sigue siendo todavía poco importante.

El mercado total de alimentos infantiles en la distribución alimentaria durante el pasado año se acercó a las 58.000 toneladas y los 230 millones de euros. Los productos listos para tomar (potitos, postres lácteos, galletas, papillas líquidas y zumos) aportan más del 50% del valor total de estos alimentos y después se sitúan las leches infantiles y los cereales.

Otras estimaciones más amplias, en las que se incluyen leches en polvo, líquidas de continuación y crecimiento, cereales y papillas, potitos-tarritos y bolsitas consideran que el mercado puede llegar hasta los 260 millones de euros.

Dentro la caída general que registran las ventas, la única categoría que muestra un gran dinamismo es la de los productos ecológicos. Las demandas crecieron por encima del 20% hasta alcanzar los 13,5 millones de euros, pero su importancia en el conjunto todavía es reducida, pues representa el 6% del total del mercado.

El consumo de alimentos infantiles en nuestro país se concentra en las zonas urbanas, sobre todo en las grandes ciudades, seguidas por las zonas sur y del centro peninsular. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de alimentación infantil está atravesando una fase de cambios provocados por la caída de la demanda. Con una natalidad en retroceso, actualmente el sector de los alimentos ecológicos es el único y al él se están sumando grandes empresas del sector.

Las marcas de distribuidor (MDD) también están apostando por la certificación ecológica para mejorar su posicionamiento en esta categoría.

El sector de las empresas fabricantes y distribuidoras de alimentos infantiles en España está dominado por algunos grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. Los alimentos infantiles constituyen una línea de negocio dentro de una oferta mucho más amplia vinculada con sectores afines, como la leche, las galletas, los cereales, etc. Junto a estos líderes sectoriales aparecen algunas empresas especialistas de capital esencialmente español, con nichos concretos de mercado en los que tienen una fuerte penetración y, también, algunos laboratorios farmacéuticos que incluyen entre sus ofertas algún alimento infantil, principalmente dentro del canal de las farmacias.

El primer grupo dentro del sector de la alimentación dietética e infantil es una de las más grandes compañías alimentarias a nivel mundial. En el último año registró una facturación de 1.930 millones de euros anuales (la cifra incluye datos de otros muchas líneas de negocio).

El segundo operador en este mercado tiene unas ventas que rondan los 630 millones de euros y el tercero se queda en torno a los 330 millones.

Dentro de la distribución organizada, (MDD) van ganando importancia de año en año, aunque todavía continúa siendo un mercado dominado por las ofertas con marca de fabricante. las marcas de distribución

No existen datos contrastados, pero las dos cadenas alimentarias que más impulsan este mercado han hecho una apuesta muy firme por presentar y diversificar sus propias referencias de alimentos infantiles, una basada en los productos ecológicos y la otra en ofertas más convencionales. ■

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La distribución comercial de los alimentos infantiles tiene una peculiaridad: la venta en farmacias y parafarmacias.

Hasta hace unos años, las farmacias acaparaban la práctica totalidad del comercio de alimentos infantiles, pero poco a poco van perdiendo peso a favor de la distribución organizada, que ha irrumpido con fuerza en este mercado y, No obstante, las farmacias continúan teniendo su principal fortaleza en las leches y formulas infantiles en polvo y sus ventas duplican en valor las de los establecimientos de distribución organizada (190 millones de euros frente a 83 millones).

La distribución organizada, por el contrario, controla ya la gran mayoría de las ventas de potitos, comidas infantiles, cereales, yogures, zumos o snacks infantiles.

Los dos líderes sectoriales mantienen posiciones dominantes en los dos canales de distribución pero, normalmente, hay empresas especializadas en uno u otro de los canales de distribución. ■

ALIMENTOS PARA NIÑOS

Además de los alimentos para bebés, hay también una heterogénea oferta de alimentos para niños de hasta 14 años de edad.

Los alimentos para niños forman un heterogéneo conjunto de ofertas orientadas de forma preferente hacia estos consumidores, que se caracterizan por unas presentaciones, formatos, colores, sabores, etc., que resultan atractivos para ese público. De manera genérica, se estima que las ventas de ofertas dirigidas a niños y adolescentes pueden alcanzar una facturación superior a los 750 millones de euros anuales.

Las ofertas más clásicas son las de galletas y bollería, alimentos para desayuno y merienda, dulces y caramelos, algunos productos lácteos, ciertos refrescos, etc. A ese núcleo tradicional se han venido añadiendo en los últimos tiempos otros productos en los sectores de pastas alimenticias, cárnico, (salchichas, embutidos, patés y foie gras, etc.), platos preparados y precocinados, snacks, etc. ■

COMERCIO EXTERIOR

No hay datos fiables sobre el comercio exterior de alimentos infantiles, pues muchos movimientos entre distintas filiales de las grandes compañías multinacionales que

controlan la mayor parte del mercado no quedan reflejadas en las estadísticas.

El principal fabricante de nuestro país exporta el 70% de la producción de su fábrica de papillas infantiles a países de Oriente Medio, Reino Unido y Francia. Por su lado, el principal proveedor de la cadena alimentaria más im-

portante tiene su otro pilar de crecimiento en la internacionalización y las exportaciones suponen el 30% de sus ventas y sus productos se encuentran en 12 países de 4 continentes.

En cuanto a las importaciones, se estima que pueden superar las 200.000 toneladas anuales. ■

ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS

En el libreservicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m²) las ventas totales de hierbas, especias, y colorantes alcanzaron los 6.068,6 toneladas en 2019, por un valor de 154,6 millones de euros. Comparando con las cifras del año anterior, se produjo un aumento de 12% en volumen y del 5,4% en valor, según datos de la consultora IRI.

La partida de especias y colorantes se quedó en casi 4.032 toneladas y 103,4 millones de euros, un 9% más en valor y un 7% más en volumen que un año antes. Por tanto, la partida de las hierbas sumó 2.037 toneladas y 51,3 millones de euros.

En 2019, las principales ofertas fueron las de pimentón (948 toneladas y 15,2 millones de euros) y pimienta (734,6 toneladas y 17,2 millones de euros), seguidas por los colorantes (491 toneladas y 6,5 millones de euros), canela (385 toneladas y 11,2 millones de euros), comino (224,2 toneladas y 3,6 millones de euros) y sales especiales (119 toneladas y 1,6 millones de euros). Con cifras pequeñas de ventas en volumen (2,8 toneladas), pero importantes en valor (13,87 millones de euros) emerge el azafrán. También son significativas en valor las ventas de nuez moscada (2,75 millones de euros) y curry (2,8 millones de euros).

Por lo que hace referencia a las hierbas, la principal fue el ajo, con un mercado de 905,3 toneladas y algo más de 15,2 millones de euros en el último año. En segundo lugar se situó el orégano (273,3 toneladas y 8,3 millones de euros), seguido por el perejil (116 toneladas y 6,55 millones de euros). Por debajo de estas cifras se situaron las cebollas (99 toneladas y 1,8 millones de euros), las mezclas de hierbas (92 toneladas y 2,3 millones de euros), el laurel (60 toneladas

y 4 millones de euros), el tomillo (61 toneladas y 2 millones de euros) y la albahaca (176,8 toneladas y 1,7 millones de euros).

Según los datos del Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura, en 2019 el consumo en los hogares de especias y condimentos alcanzó un volumen de 5.747 toneladas, un 0,2% menos que en el año anterior. El valor de estas producciones creció un 1,3% hasta superar los 122,5 millones de euros, mientras que el consumo per cápita descendió un 1,3% y quedó en 0,12 kilos, mientras que el gasto per cápita aumentó un 0,2% hasta los 2,66 euros. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de empresas de especias y condimentos se caracteriza por su gran atomización. Se encuentran en actividad alrededor de 70 empresas que superan el millón de euros anuales de facturación.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS ESPECIAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ramón Sabater, S.A.	79,9
Jesús Navarro S.A.	60,2
Manufacturas Ceylan, S.L.	41,5
Juan José Albarracín S.A.	25,2
Paprimur S.L.	22,1
Pimursa S.L.	18,2
Mccormick España, S.A.	15,8
Conservas Dani S.A.	15,6
Juan Navarro García S.A.	12,7
Félix Reverte, S.A.	12

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.



El líder sectorial, con producciones en otros sectores, facturó unos 80 millones de euros en la gama de especias, con una producción de 28.312 toneladas, mientras que la segunda empresa (con una marca de fabricante muy reconocida) llegó a 602 millones de euros (su producción rondó las 8.500 toneladas) y la tercera, a 41,5 millones de euros (con datos de facturación de otros sectores). La cuarta empresa facturó cerca de 25,2 millones de euros en el último ejercicio disponible y el resto de las compañías facturaron por debajo de los 18 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia también en este mercado por los precios más baratos, ya que representan el 71% de las ventas en volumen, mientras que la primera oferta con marca de fabricante (MDF) tiene una cuota de sólo el 6%. ■

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones se han convertido en un componente esencial para revitalizar al sector de especias y condimentos. Hasta hace relativamente poco tiempo, España era únicamente un país importador de muchas especias que no se cultivaban en el territorio nacional, pero ahora los principales fabricantes y comercializadores de especias han conseguido vender fuera de nuestras fronteras una parte significativa de su producción. En el año 2019 se exportaron especias por valor de casi 261,8 millones de euros, un 4% más que en el año anterior. Los principales mercados de destino fueron Estados Unidos (53,7 millones de euros), Reino Unido (25,4 millones de euros), Alemania (23,4 millones de euros), Francia (22 millones de euros) y los Países Bajos (12 millones de euros). El pimentón, el azafrán y, en menor

medida, el orégano constituyen las principales partidas exportadas.

Por su parte, las importaciones alcanzaron en valor los 185,5 millones de euros, con una disminución interanual del 8%. Nuestros proveedores más importantes fueron China (69,6 millones de euros), Irán (22 millones de euros), Perú (20 millones de euros), India (9,7 millones de euros) y Vietnam (8 millones de euros). ■

SALSAS

El mercado de las salsas no paró de crecer en el año 2019. Por categorías, en general todas las líneas de este mercado crecieron, excepto la de las salsas deshidratadas, que perdieron cuota de mercado.

El trio triunfador del sector de las salsas lo componen el tomate frito, la mayonesa y el ketchup. El tomate frito representó el 57% de la cuota de mercado en volumen y el 35% en valor; la mayonesa el 20% en volumen y el 23% en valor, mientras que el ketchup representó en volumen y en valor el 8% respectivamente. Otras salsas que se situaron en los primeros puestos de venta dentro del libre servicio fueron la mostaza y las salsas para cocinar.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el caso de las salsas, la situación del sector empresarial es muy diferente, ya que aparecen grandes gru-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS REFRIGERADAS Y EN AMBIENTE	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos *	336
H.J. Heinz Food Spain, S.L.*	110
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U (Grupo IAN)*	202,2
Compre y Compare Grupo*	215
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	187,9
Unilever España, S.A.*	538
Grupo Helios*	181
Aceites Millas, S.A.*	26
Choví, S.L.*	42,57
Nestlé España, S.A. *	1.995

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

pos de carácter internacional junto a especialistas de sectores afines, básicamente de conservas vegetales y aceite.

El principal fabricante de salsas ambiente en volumen (no en facturación como grupo) es una conservera que tiene su fortaleza en el tomate frito y produce cerca 100.000 toneladas anuales. El segundo es una filial de una compañía multinacional, con una producción de 75.000 toneladas entre tomate, ketchup y mayonesa, mientras que la tercera empresa en volumen producido también es local y destaca en tomate con una producción anual por debajo de las 39.000 toneladas.

Dentro del sector industrial de las salsas para cocinar y deshidratadas hay especialistas de origen italiano, junto a grandes grupos multinacionales, y algo similar ocurre entre las salsas frescas.

Las marcas de distribución (MDD) tienen mucha importancia en el mercado de las salsas, acaparando más del 70% del total comercializado en volumen en el caso del tomate frito; el 41% del total en el de la mayonesa y el 57% en el del ketchup. ■

COMERCIO EXTERIOR

Dentro de las salsas, las exportaciones españolas más importantes son las de mayonesa y las de ketchup, dirigidas de forma preferente a otros países de la Unión Europea. Se estima que ese comercio exterior ronda cerca de los 200 millones de euros anuales, mientras que las importaciones, con la referencia principal de la mostaza y de un origen principalmente europeo, se sitúan por encima de los 100 millones de euros anuales. ■

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 122,2 millones de kilos de salsas y gastaron 463,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,6 kilos de consumo y 10,1 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 1 kilo per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 34,3%, con un total de 3,4 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 11,2% y un total de 1,1 euros por persona al año, y la mostaza supone el 2,8% del gasto total en salsas, con 0,3 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje de gasto, un 51,6%, con 5,2 euros por persona al año. ■



CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SALSAS	122,2	2,6	463,7	10,1
KETCHUP	20,9	0,5	52,1	1,1
MAYONESA	52,8	1,1	159,1	3,4
MAYONESA LIGHT	10,7	0,2	34,3	0,7
MOSTAZA	3,2	0,1	13,0	0,3
OTRAS SALSAS	45,3	1,0	239,5	5,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

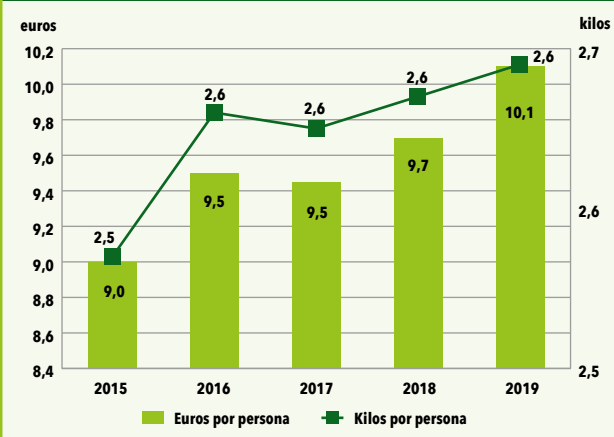
En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 salsas, 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 trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares conforme aumenta el número de miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes y parejas jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, hogares monoparentales y las parejas adultas sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Cantabria y Andalucía cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Galicia. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

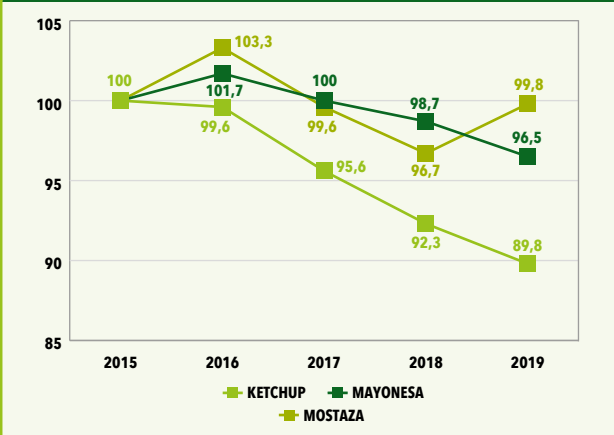
Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,1 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1,1 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado tuvo lugar en el ejercicio 2019 (2,6 kilos por consumidor) mientras que el gasto más elevado se produce también en 2019 (10,1 euros por persona).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SALSAS, 2015-2019

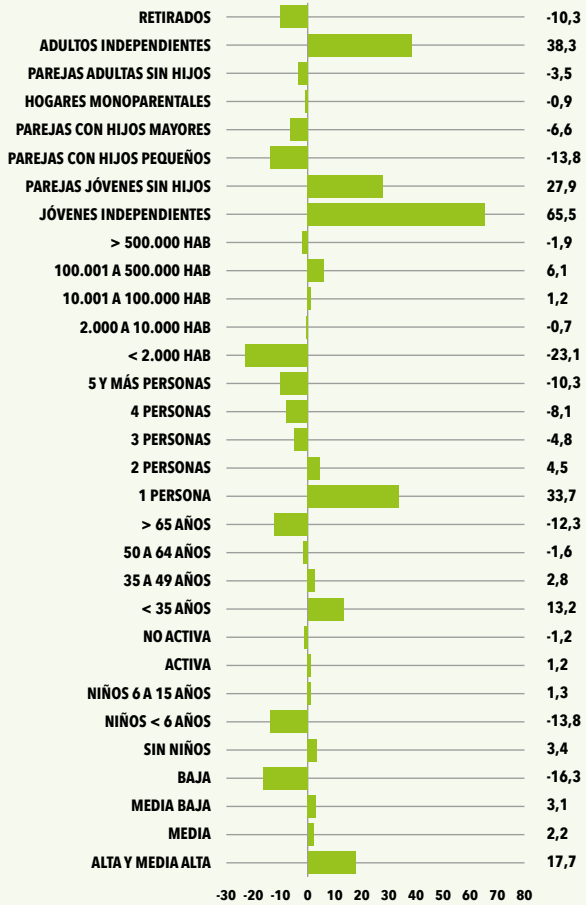


En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque con descensos en todos los casos. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de mayonesa y ketchup desciende mientras que en el caso de la mostaza existe bastante estabilidad. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE SALSAS (2015=100), 2015-2019



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

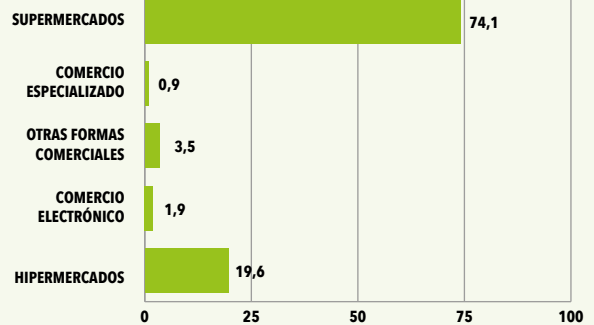


* Media nacional = 2,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (74,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,6%. Los establecimientos especializados representan un 0,9%, el comercio electrónico el 1,9% y las otras formas comerciales el 3,5% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

COCHINILLA DE CANARIAS

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AZAFRÁN DE LA MANCHA *

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE LA VERA *

MURCIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE MURCIA *

* Denominación en tramitación / * Inscrita en el Registro de la UE

Cochinilla de Canarias

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la Cochinilla, abarca las siete islas del archipiélago Canario. En Tenerife, Gran Canaria, La Gomera, La Palma y El Hierro, la cochinilla se produce en la zona de costa y en la zona de medianías hasta 1.200 msnm. En Fuerteventura y Lanzarote, la zona de producción abarca todo el territorio agrario por debajo de los 600 msnm.

CARACTERÍSTICAS: Es el producto en bruto de origen animal obtenido en Canarias resultante de la desecación natural de las hembras adultas del insecto hemíptero de la familia de los cóccidos *Dactylopius coccus* (conocido tradicionalmente como cochinilla), una vez recolectado de las palas de la tunera (*Opuntia ficus indica*). La textura del producto es de apariencia granulosa y seca al tacto. Contenido en ácido carmínico: mayor o igual a 19 % sobre sustancia seca y humedad: menor o igual a 13 %. El color varía dentro de la gama de gris oscuro al negro, con tonalidades rojizas y blanquecinas por los restos de la cera algodonosa que protege al gránulo. Las fases de la producción que deben llevarse a cabo en la zona geográfica son: cultivo de la planta huésped, inoculación, desarrollo y recolección del insecto, secado del producto cribado y acondicionamiento antes del envasado. El envasado se debe efectuar de la forma más inmediata posible al secado y cribado, motivo por el cual el envasado del producto final debe producirse en la zona geográfica de Canarias y concretamente en el lugar de producción, evitando así cualquier alteración de las características fisicoquímicas y organolépticas del producto, al objeto de salvaguardar su calidad.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.





Sólo esta etiqueta garantiza el sabor de La Vera



El intenso e insuperable sabor de La Vera



JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales

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 especie 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 250 productores y 19 empresas envasadoras, que producen y comercializan 520 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.



Pimentón de La Vera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada abarca 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres, con unas 1.400 hectáreas en la comarca de La Vera, que goza de un microclima privilegiado y suelos con gran proporción de materia orgánica.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son del género *Capsicum annuum* y dan lugar a 3 tipos de pimentón: dulce, agri dulce y picante. En marzo se inicia su cultivo en semilleros en los que permanecen hasta mayo, procediéndose a su trasplante

a terrenos de asiento. El ciclo de cultivo de la planta se prolonga hasta primeros de octubre, mes en el que tiene lugar la recolección y su posterior selección, secado y molienda para la obtención del pimentón.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador hay inscritos 433 agricultores y 16 empresas cuya producción supera los 4 millones de kilos anuales, de los que 2,2 millones de kilos se venden con DOP.

Pimentón de Murcia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta DOP ampara una zona geográfica de producción que se extiende por 14 términos municipales de la provincia de Murcia, en la comarca del Campo de Cartagena, mientras que la zona de elaboración y envasado comprende todos los términos municipales de la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: El producto resulta de la molienda de pimientos

rojos del género *Capsicum annuum* L, de la variedad Bola, recolectados maduros, sanos, limpios y secos. El producto obtenido es dulce, con un fuerte y penetrante olor característico, de gran poder colorante, graso y sabroso. Su color es de un rojo brillante y presenta gran estabilidad de color y aroma.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 300 hectáreas de cultivo y 13 empresas que producen más de medio millón de kilos y comercializan una media anual de 250.000 kilos con DOP.

SAL

La sal es uno de los condimentos más antiguos usado por el hombre y a lo largo de la historia de la humanidad ha tenido gran importancia desde el punto de vista económico y social.

Actualmente es un producto de uso generalizado en la industria agroalimentaria y en la gastronomía a nivel mundial, ya sea como conservante de alimentos o como condimento. También se destina la sal a usos no alimentarios.

Se estima que la producción nacional de sal supera los 5,2 millones de toneladas, de los que 4 millones serían sal gema (o de roca); un millón sal marina y el resto sal de manantial. El valor de estas producciones supera los 150 millones de euros anuales.

De la producción total, solo un 8% se destina a la industria alimentaria (el grueso va a la industria química y luego a la exportación y a otros usos). De la sal destinada a la industria alimentaria, apenas la mitad se dirige hacia el consumo, mientras que el resto se utiliza para piensos, etc.

El consumo humano de sal tiende a disminuir en nuestro país. Según los datos del Panel de Consumo que elabora el Ministerio de Agricultura, en 2019 el consumo doméstico de sal descendió un 1,5% con relación al año precedente, mientras que su valor aumentó un 0,4% debido al impacto directo que tuvo la subida del precio medio. Al acabar el año 2019, el consumo medio se situó en 1,11 kilos por persona al año, un 2,5% menos que en el año anterior. Asimismo, el gasto per cápita aumentó. Según los datos del Ministerio de Agricultura, el canal preferido para comprar la sal fue el supermercado, que tuvo una cuota de casi el 64%. Por detrás de los supermercados se situaron los hipermercados y las tiendas descuento. En 2019 destacó la fuerte caída de las ventas de sal en las tiendas tradicionales.

Por regiones, las que más sal consumieron fueron los habitantes de Castilla-La Mancha (1,28 kilos al año, un 15% superior a la media nacional), mientras que los que menos fueron los de La Rioja (0,83 kilos al año). En Extremadura, Asturias, Cantabria y País Vasco el consumo per cápita no alcanzó el kilo por persona.

China es la primera productora mundial de sal, con más de 62 millones de toneladas, seguida por Estados Uni-

dos (40,2 millones de toneladas), India (24,5 millones de toneladas) y Alemania (19 millones de toneladas). En la Unión Europea, España está en quinto lugar en producción de sal, por detrás de Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Al ser tan variada, la producción de sal está extendida por buena parte del territorio nacional, incluidas las islas.

En España hay más de dos decenas de empresas productoras de sal de un tamaño mediano o grande, y muchas más de tamaño pequeño. Los socios de la Asociación Ibérica de Fabricantes de Sal (AFASAL), representan casi al 90% de la producción nacional y su producción anual supera los 4 millones de sal.

También existen a nivel regional asociaciones de productores importantes, como es el caso de AMASAL, en Mallorca. ■

COMERCIO EXTERIOR

En cuanto al comercio, en 2019 las exportaciones españolas de sal para la alimentación humana superaron las 179.089 toneladas, un 27% más que en el año anterior, mientras que las importaciones quedaron en 35.543 toneladas, un 6% menos, según datos de Comercio.

El valor de las importaciones se elevó a 8 millones de euros, un 10% menos, mientras que el de las exportaciones superó los 19 millones de euros. ■



CONSUMO Y GASTO EN SAL

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 51,0 millones de kilos de sal y gastaron 24,3 millones de

euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,1 kilos de consumo y 0,5 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SAL	51,0	1,1	24,3	0,5



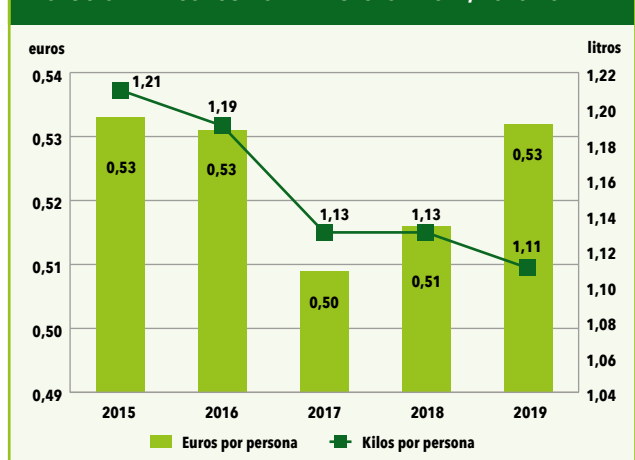
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de sal se ha mantenido estable, con pequeños descensos (por ejemplo, en el ejercicio 2019) mientras que el gasto también ha experimentado ligeras oscilaciones en términos per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2015 (1,21 kilos por persona), mientras que

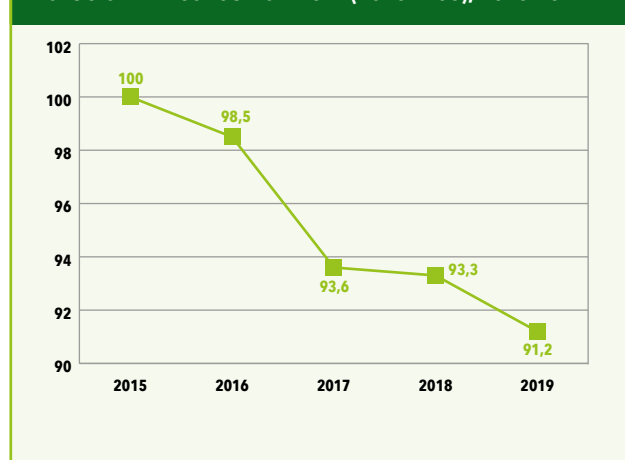
el mayor gasto se produjo en el ejercicio 2019 (0,53 euros por consumidor).

En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sal durante el periodo 2015-2019, y respecto a la demanda de 2015, se ha producido un descenso continuado durante todo el periodo analizado. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SAL, 2015-2019



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SAL (2015=100), 2015-2019



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

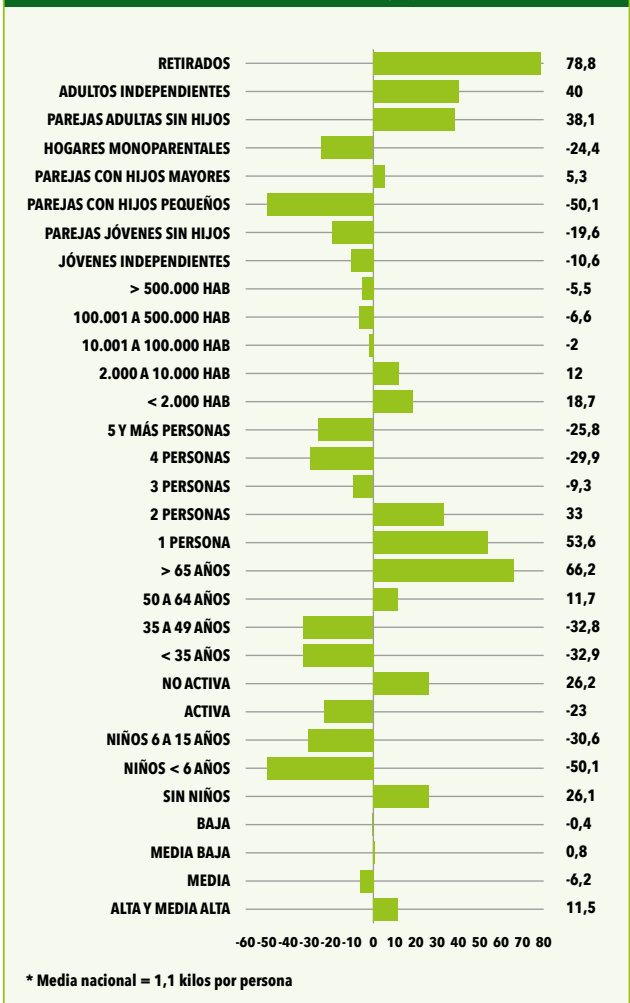
En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, entre los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Castilla-La Mancha y Andalucía cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Cantabria y La Rioja. ■

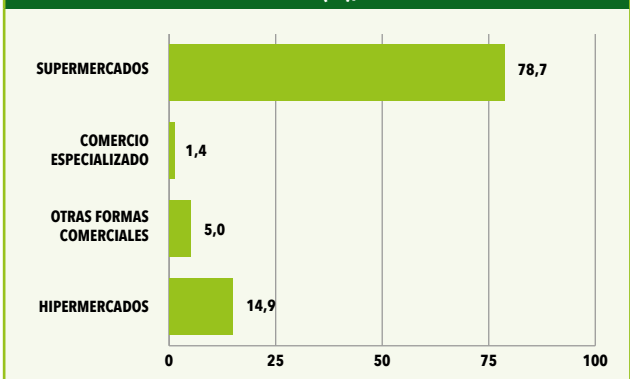
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (78,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



14,9% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. Las otras formas comerciales suponen el 5,0% restante. ■

VINAGRE

Según la Encuesta Industrial de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2019 la producción nacional de vinagre (de vino y otros tipos) aumentó un 3% en volumen hasta los 132,7 millones de litros y alcanzó un valor de 82,5 millones de euros, un 0,4% más.

De la producción total, 106 millones de litros eran vinagre de vino (4% más que un año antes) y 26,7 millones de litros eran vinagre de sidra, etc. (un 3% más). Por su lado, el valor del vinagre de vino superó los 63,5 millones de euros, a pesar de descender con respecto a un año antes, mientras que el valor de los otros vinagres subió un 10%, hasta los 19 millones de euros.

La producción total de vino enviada a vinagrería en la campaña 2019-2020 rondó los 189.000 hectolitros, un 36% más que en la campaña precedente. De este volumen, la mayor parte (138.000 hectólitros) fueron vinos blancos y el resto tintos y rosados, según los datos del Ministerio de Agricultura.

En los últimos tiempos, ha crecido mucho la producción de vinagres amparados con denominaciones de origen protegidas, que son todos andaluces: Jerez, Condado de Huelva y Montilla-Moriles. Entre las tres denominaciones suman una producción de unos 10 millones de litros, de los cuales más del 50% lo aporta el vinagre de Jerez. Además de estas denominaciones de origen, en Aragón también hay una producción de vinagre amparada por

una marca de calidad (vinagre de Calatayud), que saca al mercado una producción embotellada cercana a los 300.000 litros.

En la distribución organizada, los vinagres de vino blanco son la principal oferta en el mercado, con cuotas que rondan el 70% del total en volumen, aunque en valor su cuota es del 30%. Por detrás se sitúan, en volumen, los vinagres de manzana (12%) y los vinagres balsámicos (8%), aunque su cuota en valor supera a los vinagres de vino blanco. El resto de la cuota de mercado del vinagre en distribución organizada es para los vinagres de vino tinto (7%) y para los vinagres con marca de calidad (entre los que destacan los de Jerez).

Las marcas blancas (MDD) han alcanzado una gran importancia en la distribución organizada, con porcentajes de la cuota de mercado cercanos al 80% de todas las ventas en volumen. Entre los vinagres balsámicos, las marcas blancas controlan el 42% del total de ventas en volumen. ■

CONSUMO

El nivel de consumo de vinagre entre los españoles es más reducido que los de muchos otros países europeos. Así, en nuestro país se registran unos consumos de 1,5 litros por persona y año, mientras que en Bélgica llegan hasta los 2,7 litros per cápita, en Alemania se sitúan en 2,2 litros y en Francia casi llegan a los 2 litros.

Los consumidores españoles demandan principalmente vinagres de vino y, en los últimos tiempos, parecen optar de manera más decidida por vinagres con denominaciones de origen, vinagres balsámicos y cremas de vinagre. Esta situación contrasta con la de otros países. Así, en Reino Unido los vinagres más populares son los de cebada malteada y en Estados Unidos, casi un 70% de su población consume vinagres de alcohol de cereales. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del vinagre lleva años sumido en un proceso de concentración que está provocando la re-





ducción del número de pequeñas y medianas empresas productoras y comercializadoras de vinagre.

La abundancia de empresas productoras y comercializadoras es un hecho que contrasta con lo que sucede en otros países de nuestro entorno comunitario donde prácticamente un productor monopoliza el mercado.

En otros países, como por ejemplo Francia, no hay una única empresa, pero sí menos que en España (una media de 15).

Actualmente en el mercado nacional operan menos de 40 empresas en el sector del vinagre. El principal grupo del sector alcanza una cuota por debajo del 8% del total de las ventas en volumen, mientras que el segundo operador tiene una cuota del 3% en volumen.

Las denominaciones de origen del vinagre están relacionadas con sus homónimas del sector del vino, pero no todas las bodegas están registradas como productoras de vinagre. Así, por ejemplo, en la DO Condado de Huelva, siete bodegas están registradas como productoras de vinagre y en la DO Vinagre Montilla Moriles, sólo 9 bodegas de las 51 registradas, elaboran vinagre. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de vinagres es muy favorable para nuestro país, ya que las exportaciones superan ampliamente a las importaciones. En el año 2019, según los datos de Comercio Exterior, la balanza comercial tuvo un saldo positivo de 27.348 toneladas, pues las exportacio-

nes ascendieron a 42.885 toneladas y las importaciones sumaron 15.337 toneladas.

Con relación al año anterior, las exportaciones descendieron en volumen un 21%, al tiempo que las importaciones cayeron un 10%. Del total exportado, 32.473 toneladas fueron vinagres de vino.

Los vinagres de vino a granel constituyen la principal partida exportada, seguida por la de los vinagres de vino envasados, otros vinagres a granel y otros vinagres embotellados.

Los mercados de destino más importantes para los vinagres españoles son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Reino Unido (24% del total en volumen), Francia (20%) e Italia (18%). A continuación, y con un crecimiento muy notable en los últimos años, se sitúa Estados Unidos (12%).

Si se tiene en cuenta el valor de las partidas exportadas, el primer cliente es Estados Unidos, seguido por Francia y Reino Unido.

Dentro de las importaciones, destacan las de vinagres balsámicos de origen italiano, aunque su volumen ha disminuido de manera notable durante los últimos años al comenzar a elaborarse este tipo de vinagres en nuestro país. Por detrás de los balsámicos, a mucha distancia, se posicionan las importaciones de vinagre de manzana.

Buena parte de las ventas de vinagre con denominación de origen se exporta fuera de España, con porcentajes que van desde casi el 60% en el caso de la DO Vinagre de Jerez, al 20% que exporta la marca de calidad Vinagre de Calatayud. ■

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



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



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 7.000 hectáreas de los municipios de Chipiona, Rota, Puerto Real, Chiclana de la Frontera, Trebujena, Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estos tres últimos municipios también se encuentra la zona de envejecimiento reconocida oficialmente.

CARACTERÍSTICAS: El vinagre se obtiene, únicamente, del mosto/vino de la Denominación de Origen Jerez/ Xerès-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda. Su crianza se realiza en vasijas de madera, con un envejecimiento mínimo de 6 meses para los vinagres de Jerez de tipo normal y más de 2 años para el Reserva y 10 años para el Gran Reserva. Su color característico es caoba oscuro. Destaca a la nariz su presencia en madera y su sabor es concentrado y generoso.

DATOS BÁSICOS: Hay 27 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 5,3 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

CAFÉ E INFUSIONES

CAFÉ

Aunque la mayoría de la materia prima es importada, pues sólo hay una pequeña producción autóctona en Canarias, España es uno de los primeros países de Europa en producción de café tostado.

En el año 2019, según los datos de la Encuesta Industrial de Productos del INE, la producción de café (sin tostar descafeinado, café soluble, tostado sin descafeinar y tostado descafeinado) ascendió a 210.693 toneladas (5% más que un año antes), por un valor de 1.509 millones de euros (3% más).

De esta producción, el café tostado sin descafeinar aportó 124.394 toneladas (4% más que un año antes), por un valor de 972 millones de euros. El café tostado descafeinado alcanzó las 18.459 toneladas, por un valor de 166 millones de euros (casi las mismas cifras del año anterior) y el café sin tostar descafeinado supuso las restantes 20.039 toneladas, por un valor de 55,2 millones de euros (un 13% más en producción y un 6% más en valor). Asimismo, el café soluble producido en el año 2019 ascendió a 47.801 toneladas (5% más), por un valor de 316 millones de euros. Y además de esta producción, también se produjeron otras 47.801 toneladas de extractos y esencias de café, por un valor de 316 millones de euros. Por su lado, la Asociación Española del Café (AECafé) estimó que la producción nacional de café tostado y soluble rondó las 174.000 toneladas, un volumen superior al de años precedentes.

El canal alimentación acapara el 68% de las ventas totales del sector, según los datos de AECafé. En los últimos años, este canal crece en ventas, por encima del canal HORECA, que también es importante.

A este respecto, según AECafé, en los 243.000 establecimientos que sirven café en España se preparan cada día unos 20 millones de tazas de café. Por ello, España es junto al Reino Unido los países de Europa con las cuotas más altas de ventas en el canal HORECA.

De 20 cafés que se sirven en España en el canal HORECA, 17 son sin descafeinar y 3 son descafeinados, según

las mismas fuentes. Por su lado, en el canal alimentación, de 10 cafés que se consumen 8 son sin descafeinar. Dentro del canal alimentación, las ventas de cápsulas de café han aumentado un 20% en el último año, mientras que las de café soluble lo han hecho un 13%. ■

UN SECTOR SALVADO POR LAS CÁPSULAS

A este respecto, el mercado del café lleva varios años muy dinámico como consecuencia del impulso que le ha dado la aparición de las cápsulas, las referencias gourmet y variedades premium y ecológicas, así como algunas presentaciones listas para ser consumidas.

Aunque parece que las cápsulas muestran algunos síntomas de ralentización de su crecimiento, lo cierto es que durante el último año sus ventas crecieron en valor y además el sector de las cápsulas es el que está absorbiendo el grueso de las inversiones en el sector y están atrayendo nuevos competidores en el lineal.

Una tendencia que se mantuvo en 2019 fue la de las llamadas cápsulas de segunda generación, que son los envases sostenibles y biodegradables. Estas cápsulas se imponen cada vez más en los lineales. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La Asociación Española del Café (AECafé) está formada por 109 compañías de 16 comunidades autónomas, que operan en alguna de las diversas facetas de la actividad cafetera: importación de café verde, café en grano tostado y molido, fabricación de café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones.

Esta asociación, que nació en 2018, es heredera de la Federación Española del Café, que fue creada en 1985. Defiende los intereses del 90% del sector cafetero español en todas sus vertientes (importación, distribución y comercialización, tostado y soluble), pues representa a las empresas del café verde, el café soluble y el café tostado.

El mercado internacional del café aparece claramente controlado por unos pocos y grandes grupos multinacionales que, normalmente, tienen un papel protagonista en diversos sectores alimentarios.

La principal empresa productora y comercializadora de café en España es filial de una de esas grandes compañías multinacionales con producciones en varios sectores agroalimentarios. En el último ejercicio computado, la empresa tuvo una producción de 35.000 toneladas, superior a la del ejercicio anterior, con unas ventas totales en el sector del café del orden de los 965 millones de euros.

La segunda empresa llegó a facturar 242 millones de euros; la tercera rondó los 113 millones de euros; la cuarta, especializada en productos solubles para las marcas de distribución, se situó en 99 millones de euros, mientras que la quinta llegó a 85 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado. Según datos de la consultora IRI, en 2019 representaron el 28,5% de todo el valor de las ventas en distribución organizada y el 47,2% del volumen vendido.

La primera marca representó en este mismo mercado de la distribución organizada el 20,2% en volumen y el 32% en valor.

En el caso de las cápsulas, las marcas blancas resultan menos hegemónicas, con cuotas del 24,3% en volumen y el 20,3% en valor. La primera oferta con marca propia acapara el 35,4% y el 32,8%. ■

COMERCIO EXTERIOR

Dado que en España casi no hay cultivo de café (sólo existe una muy pequeña producción en Canarias), la totalidad de la materia prima con la que se elaboran las diferentes ofertas debe ser importada.

En 2018 se importaron 336.529 toneladas de los distintos tipos de café, por un valor de 945 millones de euros. En los primeros 9 meses del año 2019, las importaciones ascendieron a 246.580 toneladas (un 6% más) por un valor de 618 millones de euros, menos que en el mismo período del año anterior.

Mientras, las exportaciones en 2018 se elevaron a 88.272 millones de euros, por un valor de 572 millones. En los primeros ocho meses del año 2019 se exportaron 57.738 toneladas, por un valor de 381 millones (un 0,6% menos y un 2% más que en el mismo período del año anterior).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ E INFUSIONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo (*)	965
Jacobs Douwe Egberts ES, S.L.U.	242,9
Seda Outspan Iberia, S.L.	113,4
Productos Solubles, S.A.	98,9
Grupo Cafento	85
UCC Coffee Spain, S.L.U.	81,7
Cafés Las Candelas	65
Grupo Nabeiro (Delta Cafés)	50
Grupo Calidad Pascual. Div Café	35,40
Toscaf	32,20

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Estimación del sector café.

Por tipos, el mayor volumen (30.448 toneladas en los 8 primeros meses de 2019) fueron café soluble, que también fue el que más valor alcanzó (229,7 millones de euros). Por detrás en volumen se situó el café verde y en valor, el café tostado, según datos de Aduanas.

Vietnam fue el principal proveedor de café para el mercado español, con el 41% del total. Bastante por debajo se encuentran Brasil (14%), Alemania (9,5%), Colombia (5,2%), Costa de Marfil (3,1%), Uganda (3,3%), Francia (3%), e Italia (1,1%).

En el sector se están haciendo grandes esfuerzos para incrementar los volúmenes de exportación, pues estiman que las perspectivas de futuro pasan por posicionarse adecuadamente en los mercados internacionales.

Por su lado, el destino de las exportaciones españolas de café, en volumen, lo encabezó en 2019 Reino Unido (14%), seguido de Portugal (12%), Francia (10%), Suiza (9,6%), Grecia (7,3%), Alemania (6,5%) e Italia (5,3%). ■

TÉ Y OTRAS INFUSIONES

La producción mundial de té ronda los 5,5 millones de toneladas, mientras que las cifras de exportación se sitúan en torno a los 1,73 millones de toneladas. Los principales productores de té en el mundo son China (2,1 millones de toneladas), India (1,2 millones de toneladas), Kenia (445.000 toneladas), Sri Lanka (338.000 toneladas) y Vietnam y Turquía, con cifras en torno a las 228.000 toneladas.

Es difícil proporcionar cifras contrastadas sobre el mercado de té e infusiones en nuestro país, pero todas las estimaciones disponibles continúan señalando el buen momento que vive este sector, con cifras de crecimiento en valor y en volumen.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2019 la producción de té e infusiones (manzanilla, tila, hierba mate y extractos de té) superó las 3.922 toneladas, un volumen superior en un 10% al del año precedente. Asimismo, el valor de estas producciones sumado rondaría, según el INE, los 83,5 millones de euros, un 20,7% más que en el año anterior.

De la producción total, 3.087,5 toneladas correspondieron a infusiones (manzanilla, tila, etc.), un volumen superior en un 13% al producido un año antes. El valor de estas producciones rondó los 70,2 millones de euros (un 25,3% más que en 2018).

Por su lado, la producción industrial de té se estimó en 811,6 toneladas (0,6% más), por un valor de 12,9 millones de euros (1% más), mientras que los extractos y elaboraciones de té sumaron 22,9 toneladas, por un valor de 401.000 euros.

El consumo doméstico en el año 2018 se situó en torno a las 6.087 toneladas y los 180 millones de euros, lo que supone incrementos interanuales en ambos casos. Los mayores crecimientos se registraron en la manzanilla y el té. Por su lado, según los datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, el consumo per cápita de infusiones dentro del hogar se mantuvo estable en 1,3 kilos. En los primeros 6 meses de 2019 el consumo total superó las 3.232 toneladas, por un valor de 97 millones de euros. El grueso de este consumo tanto en valor como en volumen fue té y en segundo lugar se situó la manzanilla.

A nivel general, el consumo de infusiones funcionales y de productos más naturales están teniendo un mejor comportamiento. Un elemento que resaltan todos los estudios es la incorporación de los hombres al consumo de estos productos, rompiendo una clara feminización de ese mercado. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de empresas con una elevada participación de capitales internacionales son los dos rasgos más característicos del sector

industrial de productoras y comercializadoras de té e infusiones en España.

Como en el caso del café, en el sector de las infusiones las empresas también se han volcado en la innovación como forma de ampliar su mercado. Propuestas de nuevos sabores y la actualización de ingredientes clásicos como el romero o la lavanda, son algunas de las propuestas junto con la producción biológica u orgánica.

También se están produciendo en consonancia con lo que se hace en el sector del café, innovaciones en el envasado de las infusiones, en las que prima la eliminación de los plásticos.

El principal grupo del sector registró en 2019 unas ventas superiores a los 42 millones de euros anuales, con unas grandes tasas de crecimiento gracias a su irrupción en el segmento de la marca de distribución y su clara hegemonía marquista. El segundo operador llegó a casi 29 millones de euros anuales; el tercero alcanzó los 28,7 millones de euros; el cuarto se sitúa en 22 millones de euros y el quinto rondó los 18,2 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que suponen más de la mitad de todas las ventas en volumen de té, así como también el 39% en valor.

Entre las infusiones, esos porcentajes son algo más bajos para las MDD: un 44% en volumen y un 36% en valor. La primera oferta marquista entre los té s llega casi al 14% en volumen y al 23% en valor, al tiempo que entre las infusiones, los porcentajes de las MDD rondan el 18% en volumen y el 29% en valor. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS INFUSIONES	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pompador Ibérica	42
Jacobs Douwe Egberts Es, S.L.U*	29 (1)
Martínez y Cantó, S.L	28,7
Plantafarm, S.A	22
Azaconsa, S.L*	18,2
Expressate, S-L*	17
Herbes del Molí, S.L	9,7
Unilever S.A.	9 (1)
Bolton Chile España, S.A	4,9
Solubles Instantáneos, S.L	3,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

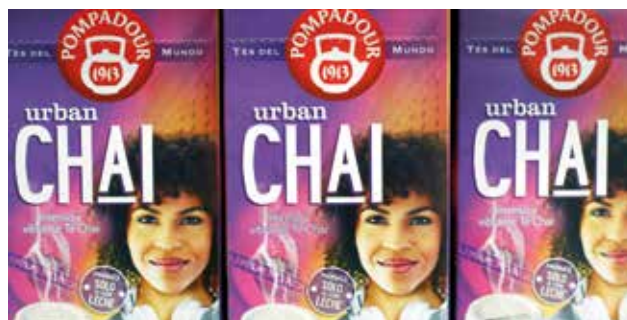
(1) Estimación.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de las infusiones y el té tiene un marcado carácter negativo. En nuestro país no hay cultivo de té, por lo que la totalidad de la oferta proviene del exterior. El mercado español se abastece de té, principalmente de China, India y Alemania.

En el caso de las infusiones, los mayores proveedores son algunos países de la Europa del Este y los Balcanes, seguidos por Reino Unido y Holanda.

Destacan en los últimos años las importaciones de yerba mate, procedentes de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que cubren la demanda fundamentalmente de los consumidores migrantes.



En cuanto a las exportaciones, muy minoritarias, sólo son representativas en el caso de la manzanilla que se recoge en algunas zonas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León y Navarra. ■

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 80,2 millones de kilos de café e infusiones y gastaron unos 1.250,6 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,7 kilos de consumo y 27,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café natural (0,6 kilos por persona y año), seguido del café mezcla (0,4 kilos per cápita), del café soluble (0,3 kilos per cápita), y del café

descafeinado (0,2 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 39,5% del gasto, con un total de 10,7 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 22,6% y un total de 6,1 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 10,1% y 2,7 euros por persona. Por su parte, las infusiones alcanzan el 14,5% del total del gasto en este tipo de productos, con 3,9 euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
CAFÉS E INFUSIONES	80,2	1,7	1.250,6	27,1
CAFÉ TORREFACTO	0,9	0,0	6,1	0,1
CAFÉ NATURAL	28,1	0,6	494,1	10,7
CAFÉ MEZCLA	20,1	0,4	126,2	2,7
CAFÉ DESCAFEINADO	9,9	0,2	144,1	3,1
CAFÉ SOLUBLE	13,8	0,3	282,5	6,1
SUCEDÁNEOS DE CAFÉ	1,5	0,0	15,9	0,3
CAFÉ EN CAPSULAS	16,5	0,4	582,9	12,6
INFUSIONES	6,0	0,1	181,7	3,9
INFUSIONES ENVASADAS	5,5	0,1	173,2	3,8
INFUSIONES GRANEL	0,5	0,0	8,5	0,2
TÉ	1,8	0,0	60,8	1,3
MANZANILLA	0,7	0,0	16,0	0,3
POLEO	0,2	0,0	4,9	0,1
OTRAS INFUSIONES	3,3	0,1	100,0	2,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

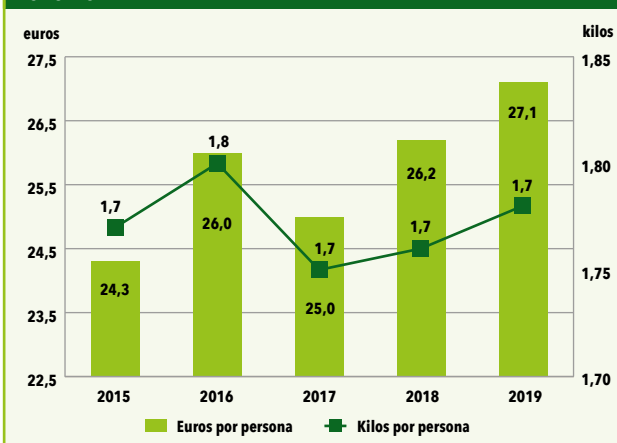
En términos per cápita, el consumo de café e infusiones durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de café e infusiones, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Canarias, Baleares, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Extremadura y Castilla-La Mancha. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

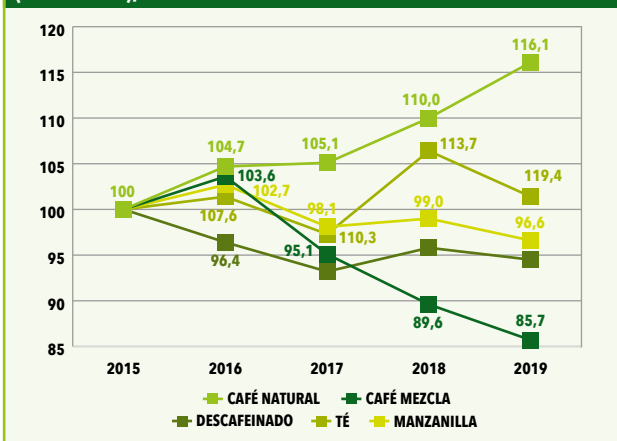
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones se ha mantenido estable, con ligeras variaciones, mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 2,8 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (1,8 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2019 (27,1 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES, 2015-2019

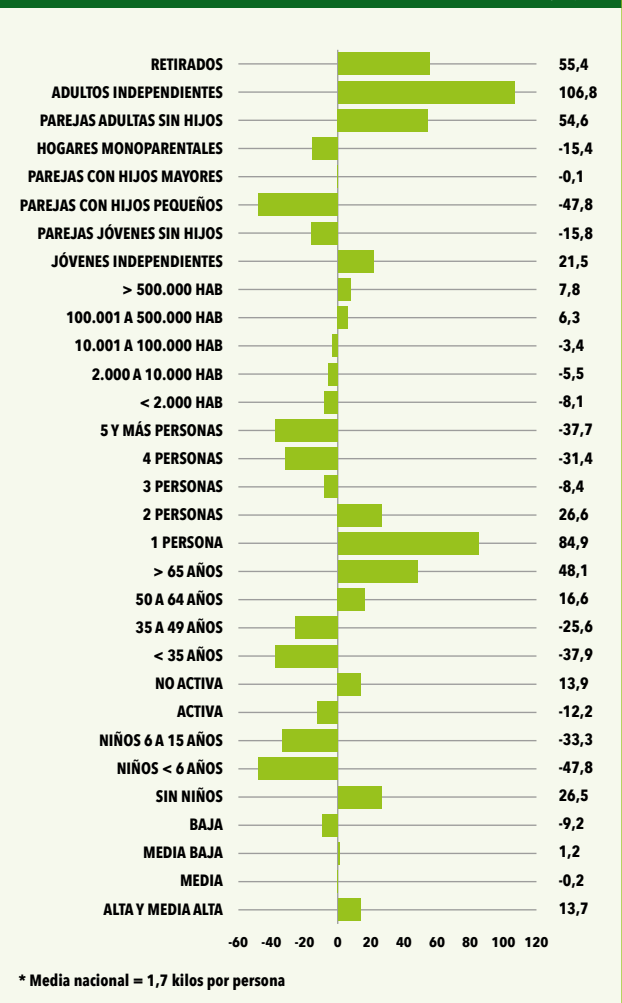


En la familia de café e infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de café natural y manzanilla aumenta y, por el contrario, en café mezcla, té y café descafeinado se produce un descenso. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CAFÉ E INFUSIONES (2015=100), 2015-2019

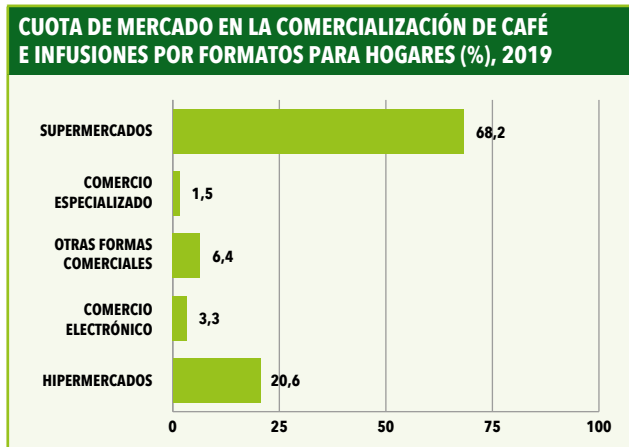


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CAFÉ E INFUSIONES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café e infusiones a los supermercados (68,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 20,6% y los establecimientos especializados llegan al 1,5%. Comercio electrónico con 3,3% y otras formas comerciales con 6,4% cubren el resto del mercado. ■



CERVEZA



Como ocurre con el vino, España está entre los países del mundo que más cerveza produce y consume. Dentro de la Unión Europea ocupa el tercer lugar en producción, tras Alemania y Polonia. Además, el 90% de la cerveza que se consume, se produce también en España, por lo que las importaciones son relativamente pequeñas y muy selectivas.

El valor de mercado de la cerveza en nuestro país supera los 15.500 millones de euros (más del 1,3% del PIB) y además, el sector cervecero genera unos 7.000 millones de euros en valor añadido para la economía española.

Gracias al turismo y al consumo interno, en 2019 casi se llegó a 40 millones de hectolitros de cerveza consumidos en España (producción, más importaciones menos exportaciones).

Cerveceros de España es la asociación que agrupa a los productores de cerveza y tiene, entre los principales objetivos, la puesta en valor de este alimento como dinamizador de la economía española (producción agrícola, hostelería, turismo, etc.).

De acuerdo con los datos de Cerveceros de España, las empresas asociadas pusieron en el mercado 37,8 millones de hectolitros, un 3% más que en el año anterior. El tercer trimestre del año fue con diferencia el período del año en el que más cerveza se sacó al mercado (11,4 millones de hectolitros), seguido del segundo trimestre (10 millones de hectolitros).

Por tipos de envase, los barriles representaron en 2019 el 27% de la cerveza que salió al mercado; las botellas reutilizables el 17,4%; las botellas no reutilizables el 21,7% y las latas y otros envases no reutilizables el 33,8%.

Se utilizaron un 44,5% de envases reutilizables y un 55,5% de no reutilizables. Las botellas de vidrio son los envases que registran una mayor tasa de retorno por reutilización y reciclaje. En este sentido, el 51% del total de envases de vidrio puestos en el mercado por las industrias cerveceras son reutilizables.

Las comunidades autónomas donde más cerveza se consume son Andalucía y Extremadura, con Badajoz a

la cabeza. Sin embargo, es Baleares y las regiones del noroeste donde el consumo más crece.

El consumo de cerveza sin alcohol (SIN) ha dejado de ser anecdótico hace unos años, pues además España es el país europeo líder en producción y consumo de cerveza sin alcohol. En 2019, según los datos de Cerveceros de España el 8,3% de la cerveza que salió al mercado fue sin alcohol, un porcentaje superior al del año anterior.

El hecho de que el 96% de quienes consumen SIN sean, al mismo tiempo, consumidores de cerveza con alcohol, pone de manifiesto el perfil singular del consumidor español de cerveza. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos de Cerveceros de España, en 2018 había 538 empresas cerveceras registradas. Cataluña encabezaba el ranking, con 111 centros de producción, seguida de Andalucía (85) y Castilla y León (53). El empleo directo generado por todas estas empresas superaba los 7.000 puestos de trabajo.

La facturación de las empresas productoras de cerveza (más de 3.560 millones de euros) representa el 21% de todo el sector de bebidas y el 3% del sector alimentario en su conjunto. Las inversiones en el sector superan los 265 millones de euros.

El mercado de la cerveza en nuestro país se encuentra en manos de unos pocos y enormes grupos que tienen unas estrategias globales de producción y comercialización.

Aunque en los últimos tiempos ha aparecido un gran número de pequeños fabricantes de cerveza, a veces de

carácter semiartesanal, el predominio de los grandes grupos es muy perceptible. Así, la principal empresa del sector es un gran grupo, que facturó en 2019 más de 1.385 millones de euros. También la segunda empresa es un grupo fuerte y su facturación superó los 1.325 millones de euros. El tercer puesto en el ranking de las empresas del sector lo ocupó un grupo internacional, con una marcha muy introducida en algunas zonas de España, que facturó cerca de 1.000 millones de euros y la cuarta entidad en el ranking es un grupo nacional, que facturó unos 550 millones de euros.

Desde el sexto lugar al décimo del ranking de empresas, las facturaciones oscilaron entre los 282 millones de euros y los 18 millones. ■

COMERCIO EXTERIOR

España ha sido tradicionalmente una clara importadora de cervezas y, aunque todavía el comercio exterior continúa siendo muy desfavorable para nuestro país, la realidad es que las diferencias entre compras y ventas se han ido acortando.

Durante 2019, las exportaciones españolas se acercaron a los 2,93 millones de hectolitros, mientras que las importaciones casi llegaron a 4,9 millones de hectolitros, según los datos de Comercio. Con relación al año anterior, se refleja una caída de las exportaciones y también de las importaciones. En los últimos años, las exportaciones de cerveza de nuestro país han crecido más de un 330%.

Los principales destinos internacionales de las cervezas españolas son Portugal (con casi 766.000 hectolitros), China (542.181 hectolitros), Reino Unido (467.130 hectolitros), Guinea Ecuatorial (215.365 hectolitros), Francia (98.440 hectolitros), Irlanda (88.200 hectolitros) y Andorra (77.930 hectolitros). Se considera que la numerosa presencia de turistas extranjeros ha sido el factor determinante para estimular las exportaciones de la cerveza producida en nuestro país. En este sentido, se estima que el 99,5% de los visitantes extranjeros mayores de 18 años que visitan España consume cerveza durante su estancia.

En cuanto a las importaciones, los principales proveedores de cerveza para el mercado español son países de la UE, entre los que destacan Francia, Alemania y Holanda. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CERVEZAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
S.A. Damm - Grupo	1.385
Mahou, S.A. Grupo Mahou San Miguel	1.325
Heineken España, S.A.	1.000
Hijos de Rivera, S.A. -Grupo	550
Font Salem, S.L.*	282,1
Compañía Cervecera de Canarias, S.A. (CCC)	143
La Zaragozana, S.A.	95,8
Gmodelo Europa, S.A.	80
Insular Canarias de Bebidas, S.A.	46
Cervezas Moritz, S.A.	18

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZA

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 835,1 millones de litros de cerveza y gastaron 1.105,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 18,1 litros de consumo y 24,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (14,9 litros por persona y año), mientras que la cer-

veza sin alcohol alcanza 3,2 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 82,7% del gasto, con un total de 19,8 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 17,3% del gasto con 4,1 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL CERVEZAS	835,1	18,1	1.105,8	24,0
CERVEZA CON ALCOHOL	688,7	14,9	914,4	19,8
CERVEZA SIN ALCOHOL	146,4	3,2	191,4	4,1

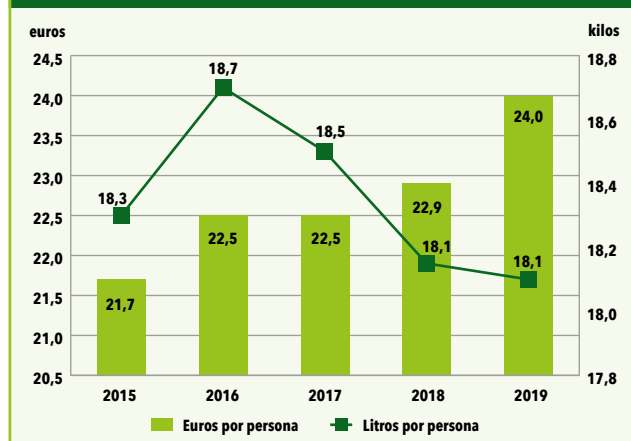
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha contado con distintos aumentos y minoraciones mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 2,3 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (18,7 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2019 (24,0 euros por consumidor).

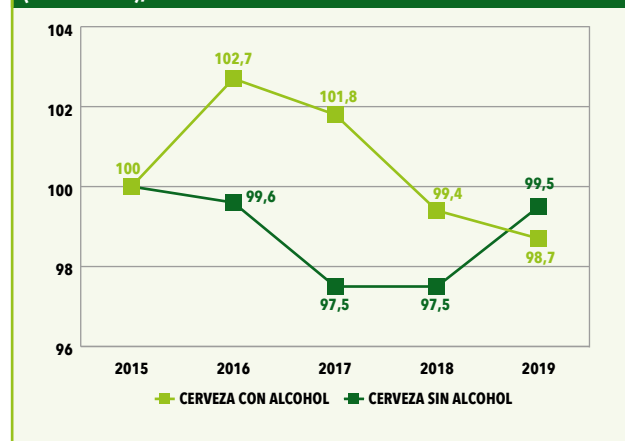
En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido bastante parecido para ambas variedades de cerveza. Respecto a la demanda de 2015, el consumo tanto de cerveza con alcohol como de cerveza sin alcohol retroceden ligeramente. ■



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CERVEZA, 2015-2019



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CERVEZA (2015=100), 2015-2019



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

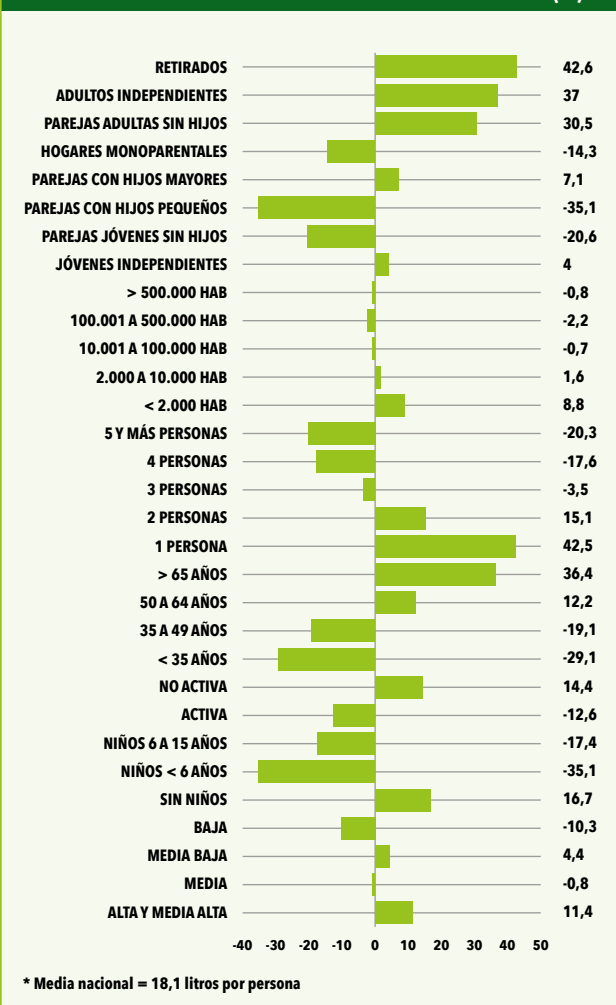
En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de cerveza es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 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 pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de cerveza, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios de 100.000 a 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, la Región de Murcia, Andalucía y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Galicia y Asturias. ■

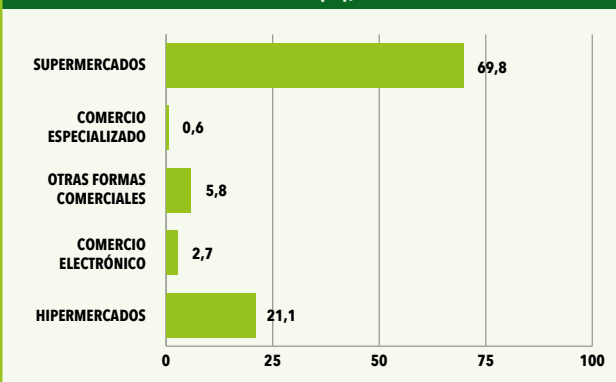
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (69,8% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 21,1%. Los establecimientos es-

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



pecializados suponen una cuota del 0,6%, mientras que comercio electrónico con 2,7% y otras formas comerciales con 5,8% cubren la cuota restante. ■

AGUAS ENVASADAS



El agua mineral es la bebida más consumida por los españoles. En 2019, según los datos de la consultora Nielsen, el consumo se incrementó de nuevo y superó por primera vez los 5.000 millones de litros (un 2% más que en el año anterior).

Asimismo, las ventas de las empresas dedicadas a la producción de aguas emvasadas aumentaron un 2,2% hasta rondar los 1.249 millones de euros, según las mismas fuentes.

En este aumento del consumo y de las ventas de la industria, el aumento de los turistas fue un factor determinante. A principios del siglo XXI, la producción nacional de aguas emvasadas rondaba los 4.200 millones de litros y diez años después ya había ascendido hasta 5.600 millones de litros.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción nacional de agua emvasada en 2019 (mineral, con gas y las demás, pero no incluye el agua edulcorada o aromatizada) aumentó en volumen un 8% y en valor un 1%, hasta los 9.358 millones de litros y los 8.672,6 millones de euros.

El grueso de esta producción (94%) correspondió al agua mineral y con gas y además de estas producciones, también se registró un volumen de 283,5 millones de litros de

aguas edulcoradas o aromatizadas, cuyo valor superó los 199 millones de euros.

El aumento del consumo y producción de las aguas emvasadas contrastó con la caída de las ventas en otros sectores como el de los refrescos y zumos, que constituyen las dos ofertas alternativas contra la que compete de manera directa el agua.

Las aguas sin gas acaparan el 96% del total producido, frente a la cuota del 4% de las aguas con gas. Asimismo, dentro de las aguas minerales sin gas algo más del 98,8% del volumen consumido correspondió a las aguas minerales naturales, mientras que casi un 1,2% fue para las aguas saborizadas.

Por su lado, entre las aguas con gas los porcentajes fueron similares: 1,8% del volumen total fueron aguas saborizadas y el 98,2% restante, naturales.

En 2019, las ventas de agua con gas se elevaron un 6,4% hasta superar los 70,6 millones de euros, pero en volumen el crecimiento fue algo menor (4,5%).

Dentro del segmento del agua con gas, destacó en 2019 el crecimiento de las ventas del agua con gas saborizada, que aportó un valor de 1,2 millones de euros.

En el último ejercicio se produjo un incremento de las ventas de agua con marca de distribución (MDD). Del

volumen total producido, las aguas con MDD sin gas representaron en 2019 el 46,2% y el 47,3% en el caso de las aguas con gas.

Desde hace ya años, el PET es el material más utilizado para la fabricación de los envases donde se comercializa el agua, con más del 65% del total, seguido por los envases de vidrio, y de papel-cartón. Desde el sector aseguran que el formato PET es el mejor material para envasar, pues garantiza seguridad alimentaria, calidad y facilidad en el transporte y mejorar los costes.

La preocupación por el uso de materiales plásticos ha provocado que en la actualidad el sector utilice envases y embalajes 100% reciclables, realizados con plástico reciclado.

En 2019, los operadores de este mercado hicieron grandes esfuerzos para incorporar el r-PET a sus principales formatos. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

De acuerdo con los datos de la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE) el sector empresarial está compuesto por unas 100 empresas y genera alrededor de 4.500 puestos de trabajo directo y decenas de miles indirectos. El sector empresarial es muy dinámico y factura anualmente en torno a los 1.000 millones de euros. La producción de aguas envasadas de las industrias que forman ANEABE supera los 6.300 millones de litros, de los que casi



el 98% corresponden a aguas minerales naturales, el 1,7% a aguas de manantial y el resto a aguas potables preparadas.

La mayor parte de las instalaciones de producción de aguas envasadas suelen encontrarse en zonas rurales con escaso tejido industrial, por lo que tienen una enorme importancia para la reactivación económica de esas comarcas. El 70% de todas las empresas envasadoras y comercializadoras de agua son de carácter familiar y de capital esencialmente español.

Sin embargo, en la cúspide de la pirámide empresarial aparecen algunos grandes grupos que, a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. También hay empresas que provenientes de sectores afines (refrescos, cervezas, etc.) incursionan en este mercado, atraídas por las buenas perspectivas de negocio.

El líder sectorial registró unas ventas en 2019 de 236 millones de euros, mientras que el segundo se situó en los 133,8 millones de euros; el tercero superó los 125 millones de euros; el cuarto los 109 millones de euros y el quinto alcanzó los 103,6 millones de euros.

La innovación, con la presentación continua de nuevas ofertas, es la principal estrategia para arañar cuotas de ventas en un mercado muy competido.

A nivel europeo, el sector de aguas envasadas está formado por unas 600 empresas y genera unos 54.000

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AGUAS ENVASADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Aguas Danone, S.A.	236
Calidad Pascual, S.A.U.(División Aguas Envasadas)	133,75
Premium Mix Group, S.L (Vichy Catalán Corporation)	125
Agua Mineral San Benedetto, S.A.	109
Grupo Mahou-San Miguel (Aguas de Solán de Cabras, S.A y Aguas)	103,6
Valle de la Orotava S.L.	109,30
Nestlé España (División Aguas)	86,5
Grupo Bebidas Naturales, S.L (Importaco)	62,60
Aquabona (Coca-Cola European Partners Iberia)	45
Grupo Damm (División Aguas Envasadas)	31,4
Aquadeus, S.L	26,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

empleos directos y 833.000 empleos indirectos e inducidos.

De acuerdo con la Federación Europea de Aguas Emvasadas (EFBW), España se sitúa como cuarto país comunitario en producción de agua mineral, por detrás de Alemania, Italia y Francia.

El consumo per cápita de agua emvasada en la Unión Europea varía significativamente de unos países a otros, pero la media ronda los 105 litros al año. Según la EFBW, España es, actualmente, el tercer país en cuanto a consumo per cápita, precedido por Italia y Alemania.

En España, el consumo se acerca a 134 litros lo que representa un consumo de un vaso de agua mineral al día, frente a los 150 litros de consumo medio de agua corriente, según datos de ANEABE. ■

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS EMVASADAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 2.814,4 millones de litros de aguas emvasadas y gastaron 588,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 61,0 litros de consumo y 12,8 euros de gasto. El consumo más notable se asocia al agua emvasada sin gas (59,1 litros por persona y año), mientras que el agua

COMERCIO EXTERIOR

En 2019, las exportaciones del agua mineral se redujeron, pero quedaron por encima de la media de los últimos años. No hay que olvidar que el ejercicio 2018 fue el mejor de la última década para las exportaciones de agua emvasada, pues se alcanzaron cifras récord, tanto en volumen como en valor.

Según los datos de Instituto de Comercio Exterior (ICEX), las ventas exteriores sumaron 141,6 millones de litros (un 7,8% menos que un año antes) y su valor descendió hasta los 42,4 millones de euros.

En cuanto a las importaciones, en 2019 se importaron 72,6 millones de litros, un volumen superior en un 19% al del año precedente.

El primer país proveedor de aguas (con y sin gas) para el mercado español fue Francia. ■

emvasada con gas alcanza tan sólo 1,9 litros per cápita al año. En términos de gasto, el agua emvasada sin gas concentra el 92,5%, con un total de 11,8 euros por persona, mientras que el agua emvasada con gas presenta un porcentaje del 7,5% y un total de 1,0 euros por persona al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS EMVASADAS DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL AGUA EMVASADA	2.814,4	61,0	588,8	12,8
AGUA CON GAS	87,9	1,9	43,9	1,0
AGUA SIN GAS	2.726,5	59,1	544,9	11,8



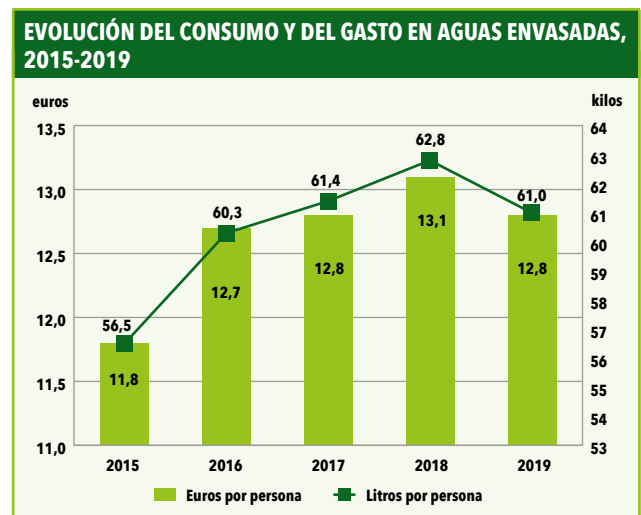
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de agua emvasada durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

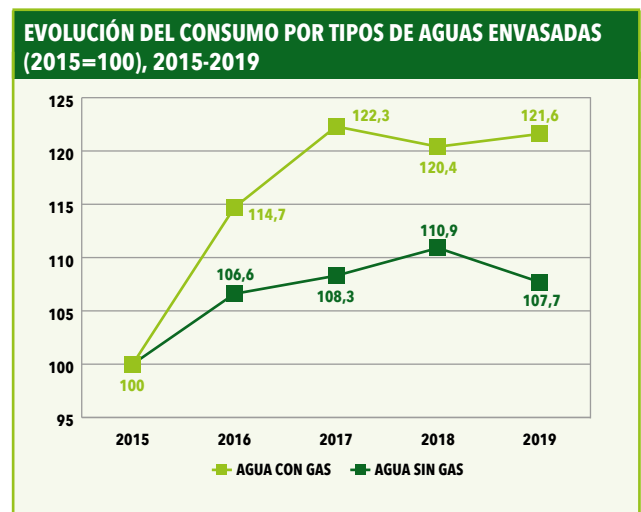
- Los hogares de clase media baja presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de agua emvasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de 6 a 15 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de agua emvasada es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de agua emvasada 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 emvasada, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de agua emvasada, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de su edad, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar en los hogares monoparentales, y entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, País Vasco y, sobre todo, la Comunidad de Madrid. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

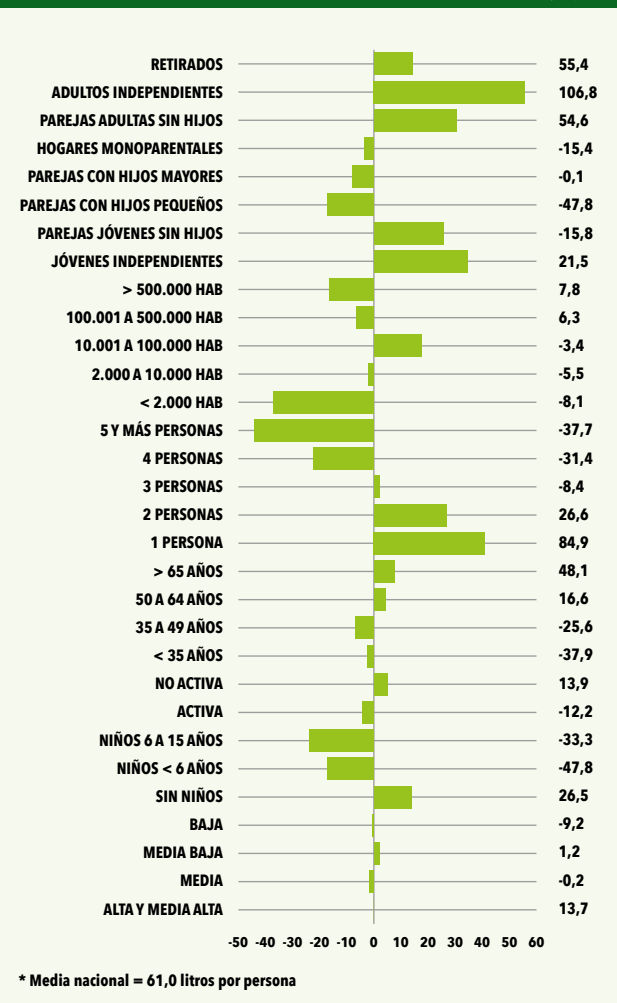
Durante los últimos cinco años, el consumo de agua emvasada ha aumentado 4,5 litros por persona y el gasto ha crecido 1,0 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevado tuvieron lugar en el año 2018 (62,8 litros y 13,1 euros por consumidor).



En la familia de aguas emvasadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido similar para los diferentes tipos de producto puesto que, con respecto a la demanda de 2015, el consumo de agua emvasada, tanto sin gas como con gas, ha aumentado. ■



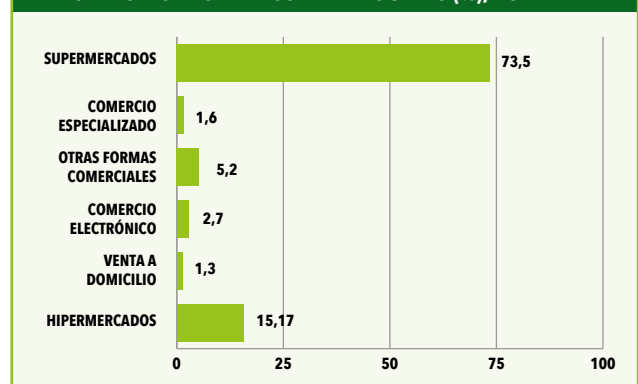
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AGUAS ENVASADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua emvasada a los supermercados (73,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,7% y los establecimientos especializados representan el 1,6%. La venta a domicilio supone el 1,3% y el comercio electrónico llega al 2,7%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 5,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



VINO Y MOSTO



España contaba en 2019 con 967.234 hectáreas de viñedo, un 2,8% más que en el año anterior. De esta superficie, sólo 14.405 hectáreas estaban dedicadas a la producción de uva de mesa y el resto a uva de vinificación, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Con estas cifras España volvió a ser el país con mayor superficie de viñedo del mundo y también uno de los primeros productores y comercializadores de vino.

El viñedo está presente en todas las regiones pero es Castilla-La Mancha, y con mucha diferencia, la que cuenta con la mayor superficie de viñedo y también la que más vino produce anualmente.

Según la encuesta de viñedo del MAPA, el grueso de los viñedos en producción que hay en España están amparados por una Denominación de Origen Protegida y por una Indicación Geográfica Protegida. ■

VARIETADES DE UVA

Del viñedo total, algo más de la mitad corresponden a variedades de uva tintas y el resto a uvas blancas y a otras variedades (una cantidad muy pequeña). En los últimos años, la superficie de uvas blancas ha ido creciendo y se acerca a la de uvas tintas.

En 2019 el 51% de las variedades de uvas plantadas en España eran tintas, destacando entre todas ellas la variedad tempranillo, que representa un 41% del total de variedades tintas y un 21% (200.936 hectáreas) de la superficie total de viñedo.

Por su lado, el 47%, de la superficie de viñedo la ocupaban en esas fechas las variedades de uva blancas, lideradas por la variedad airén (208.697 hectáreas), que es la primera variedad de vid en superficie de España, con el 22% del total nacional.

Además de variedades blancas y tintas hay un 2% de la superficie de viñedo que corresponde parcelas con mezcla de variedades imposibles de clasificar en una u otra categoría. Por tipos de uva, a las variedades tempranillo y airén le siguen en importancia las tintas bobal, garnacha tinta y monastrell, y las blancas macabeo y cayetana blanca. ■

EL VINO EN ESPAÑA

En España, el sector del vino tiene una gran importancia no sólo desde el punto de vista económico sino también social y medioambiental.

En el año 2019 el sector del vino y del mosto representó el 4,1% del valor de la Producción Vegetal final y el 2,4% de

la producción de la Producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron muy inferiores a los del año precedente debido a la reducción de la cosecha.

Así, al contrario que un año antes, el volumen de vino y mosto producido en España se redujo espectacularmente en el año 2019. En 2018 había aumentado en volumen un 38%, pero en 2019 se produjo una caída del 24,6% en volumen, unida a una bajada de los precios del 0,8% (un año antes habían bajado un 8%).

Según los datos MAPA, el resultado final de estos datos es que el sector generó en 2019 un valor de 1.206 millones de euros a precios básicos, 402,7 millones menos que un año antes.

En la vendimia de 2019 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 4,9 millones de toneladas de uva (1,4 millones menos que un año antes), de las cuales 2,6 millones de toneladas fueron uvas blancas y 2,3 millones tintas.

Un año más, la región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha (2,6 millones de toneladas en 2019), seguida muy de lejos por Cataluña (414.622 toneladas) y Cataluña (393.724 toneladas).

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2019 se situó en 36,5 millones de hectolitros y de esta producción total, casi 33 millones de hectolitros eran vinos y el resto mostos (zumo exprimido y no fermentado de las uvas).

En la campaña 2019 la región con mayor producción de mosto fue de nuevo Castilla-La Mancha, seguida a mucha distancia de Extremadura, Cataluña, La Rioja, Andalucía y la Comunidad Valenciana. ■

VINOS DE CALIDAD

En la campaña 2019 se calificaron un total de 14,5 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen inferior en un 12,5% al de la campaña anterior. De ese volumen, 8,4 millones de hectolitros fueron vinos tintos o rosados (1,7 millones menos que en el año 2018) y 5,6 millones de hectolitros fueron vinos blancos (un volumen inferior a la producción del año 2018).

Por regiones, Cataluña fue un año más la que tuvo más producción de vinos con DOP (2,7 millones de hectolitros, algo menos que en 2018), seguida de Castilla-La Mancha (con 2,5 millones de hectolitros), La Rioja (1,8 millones de

PRODUCCIONES DE VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (millones de hectolitros)

	2017	2018	2019
MUNDO	249,8	292,3	262,8
UE-28	141	183,3	156,1
ESPAÑA	32,1	44,9	32,98

FUENTE: OIV, EUROSTAT Y MAPA.



hectolitros frente a los algo más de 2,4 millones del año 2018) y de Castilla y León (1,7 millones de hectolitros).

Asimismo, también se produjeron 4,31 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP), volumen también un 10,4% menor que el de 2018, de los cuales 3,78 millones correspondieron a Castilla-La Mancha.

También se produjeron en 2019 un total de 6,3 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP, un volumen éste inferior en algo más de 3 millones de hectolitros al del año anterior.

A estos volúmenes habría que sumar algo más de 14,6 millones de hectolitros de vinos, entre caldos sin indicación geográfica, vinos varietales sin DOP ni IGP y otros vinos. Este volumen fue superior sin embargo al producido dentro de la misma categoría en el año precedente. ■

COMERCIO DE VINOS

Dentro del comercio exterior de bebidas, el vino ocupa un lugar predominante pues representa casi el 70% de las exportaciones y solo el 9% de las importaciones. Desde

siempre, los vinos han tenido una histórica tradición exportadora y en 2018 se alcanzó un récord que no se pudo mantener en 2019.

Concretamente, las ventas al exterior de vino y mosto alcanzaron un valor de 2.739 millones de euros, un 7,4% menos que en el año anterior, según los datos de la Dirección General de Aduanas.

El volumen exportado fue superior en un 6,5% al del año precedente, pues se vendieron en el exterior 2.339 millones de litros, mostos incluidos. Este resultado fue posible por la caída en un 13% de los precios medios de los vinos exportados.

En cuanto a las importaciones de vinos y mostos, el volumen importado en el año 2019 alcanzó los 65,8 millones de litros (un 34% menos que en el año anterior), por un valor de 213, millones de euros, un 1,8% menos.

Los altos precios de las importaciones de vinos indican que en gran parte, los caldos comprados son productos de calidad. En sentido contrario, el precio medio del vino de exportación fue mucho más bajo debido a que porcentaje significativo de las ventas al exterior son vinos a granel. ■

EL VINO EN LA UE

A efectos de calcular la renta agraria comunitaria, el sector del vino en la UE representó en 2019 el 10,5% de la Producción Vegetal Final, y también el 6% de la Producción Agraria total, en ambos casos con porcentajes superiores a los del año precedente. El valor generado por estas producciones a efectos de calcular la renta agraria se elevó a 20.656 millones de euros.

La superficie destinada al viñedo siguió disminuyendo en el año 2019. Según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), al acabar el año había cerca de 4 millones de hectáreas de viñedo en toda la Unión Europea. Casi un 25% de esta superficie estaba en España y los siguientes países en superficie de viñedo dentro de la UE fueron Francia e Italia.

La producción de vino en la Unión Europea se situó en torno a 156,1 millones de hectolitros, lo que supuso un retroceso del 15% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión. Este retroceso fue consecuencia de las condiciones climáticas desfavorables en los principales países productores.

De la producción total, más de 69 millones de hectolitros fueron vinos amparados por una Denominación de Ori-

gen y casi otros 31,2 millones de hectolitros por una IGP. En ambos casos, el volumen de vino amparado fue inferior al de la campaña precedente.

Al igual que en los dos años precedentes, Italia volvió a ser el primer país productor de vino no sólo de la UE sino también del mundo. Su producción de vino y mosto ascendió, según datos de la Comisión Europea, a 47,7 millones de hectolitros, un volumen muy por debajo del año anterior. Por detrás se situaron un año más Francia (con 42,3 millones de hectolitros) y España.

A muy larga distancia de estos tres países se situaron Alemania (9,2 millones de hectolitros); Portugal (6,5 millones de hectolitros); Rumanía (4,9 millones de hectolitros); Grecia (2,4 millones de hectolitros); Austria (2,3 millones de hectolitros); Hungría (3,7 millones de hectolitros, 29% más) y Bulgaria (0,9 millones de hectolitros).

Aunque Italia fue el país con mayor producción, Francia elaboró un mayor volumen de vino amparado por una Denominación de Origen Protegida: más de 20 millones de hectolitros en el año 2019.

También Francia fue el país con un mayor volumen de vino amparado por una IGP: 12,4 millones de hectolitros. ■

CONSUMO EN LA UE

La Unión Europea representó en 2019 el 53% del consumo mundial de vinos, con un volumen estimado de 128 millones de hectolitros, según las estimaciones de la OIV. Este volumen fue similar al del año precedente gracias a que la caída de consumo en unos países se compensó con los aumentos en otros.





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



Francia volvió a ser el país con un mayor consumo dentro de la UE, con 26,5 millones de hectolitros, un volumen más bajo que en el año anterior. Por detrás de los franceses se situaron los italianos, con 22,6 millones de hectolitros y los alemanes, con 20,4 millones de hectolitros.

Estos dos últimos países aumentaron en 2019 sus cifras de consumo de vino, al igual que Reino Unido, que se situó en la cuarta posición con 13 millones de hectolitros.

La quinta posición por su parte fue para España con 11,1 millones de hectolitros, seguida de Portugal, con 5 millones de hectolitros. En España, según la OIV, el consumo de vino volvió a crecer (un 2,3% más) por cuarto año consecutivo.

Sin embargo, los datos del Panel de Consumo del MAPA a lo largo de 2019 el consumo doméstico de vinos disminuyó en volumen un 1,7% (se consumieron 354,8 millones de litros), aunque su valor creció un 2,5%. El consumo per cápita bajó también (un 2,8%, hasta los 7,69 litros). ■

EL VIÑEDO EN EL MUNDO

La superficie dedicada al cultivo del viñedo en el mundo está más o menos estable desde hace varios años. En 2019, la superficie mundial total dedicada al viñedo (incluye tanto uva de mesa como uva de vinificación) se situó en algo más de 7,4 millones de hectáreas, según los datos publicados por la OIV. De esa cifra total, 4 millones de hectáreas están en la Unión Europea y las restantes 3,4 millones en países terceros.

Según la OIV, en Europa sigue creciendo la superficie de viñedo gracias a países como Italia. Por el contrario, en otros como Estados Unidos, Turquía, Irán la superficie de viñedo va a menos.

España sigue ocupando el primer lugar en superficie de viñedo del mundo, con el 13% del total, seguida de China con el 11,5%, a pesar de que en los últimos años no ha incrementado su superficie. Por detrás de estos dos países en superficie de viñedo se encuentran Francia (10,7%) e Italia (9,6%). ■

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO.

Según los datos de la OIV, la producción total de vino en el mundo (sin tener en cuenta mostos ni zumos de uva) se acercó a los 260 millones de hectólitros en el año 2019, un volumen inferior en un 11,5% al del año anterior.

La aportación de la Unión Europea a la producción mundial de vino en el año 2019 ascendió al 60%, un porcentaje similar al que representaba en el año precedente.

Por detrás de la UE-28 en producción de vino se situó Estados Unidos (9,4% del total mundial), Argentina (5%), Australia (4,6%), Chile (4,6%), Sudáfrica (3,7%), China (3,2%) y Nueva Zelanda (1,1%).

A nivel mundial, Italia volvió a ser por tercer año consecutivo el país con mayor cosecha de vino y mosto (47,5 millones de hectolitros), a pesar de que en el año 2019 este país sufrió una reducción de su producción del 13%. Tras Italia, un año más se situó Francia con 42,1 millones de hectólitros (un 15% menos que en el año 2018) y después España.

El primer país extracomunitario en producción de vino fue en 2019 Estados Unidos, que registró un retroceso del 2% de su producción hasta los 23,3 millones de hectolitros.

Por detrás de Estados Unidos y sin tener en cuenta a los países de la UE, se situaron Argentina (13 millones de hectolitros, un 10% menos que un año antes), Australia (12 millones de hectolitros, un 6% menos), Chile (11,9 millones de hectolitros, 7% menos), Sudáfrica (9,7 millones de hectolitros, 3% más) y China (8,3 millones de hectolitros, 10% menos). ■

CONSUMO MUNDIAL AL ALZA

En cuanto al consumo mundial de vino, en 2019 volvió a repuntar ligeramente después de que un año antes se hubiera estabilizado. Así, la Organización Internacional de la Viña y el Vino estimó que el consumo de vinos se situó en 244 millones de hectolitros, un 0,1% más que un año antes.

Fuera de la UE, que en su conjunto es la región del mundo donde más vino se consume, Estados Unidos volvió a ser en 2019 el país con un mayor consumo, con 33 millones de hectolitros (un 1,8% más, según la OIV). Es de destacar que desde el año 2000 el consumo en Estados Unidos se ha incrementado más de un 50%.

Por detrás de Estados Unidos se encontraba China, que a pesar de reducir un 3,3% su consumo, alcanzó un volumen de 18,4 millones de hectolitros.

El tercer país, sin tener en cuenta a la UE, en consumo mundial de vino fue Rusia con 10 millones de hectolitros en el año 2019.

Finalmente, destacaron por su consumo de vino países que también son grandes productores como Argentina, Australia o Sudáfrica. ■

COMERCIO DE VINO EN EL MUNDO

En cuanto al comercio, en 2019 volvieron a incrementar-se los intercambios mundiales de vino.

Según datos de la OIV, la suma de las exportaciones de vino de todos los países productores se elevó a 105,8 millones de hectolitros, un 1,7% más que en el año 2018. El valor de venta de estos vinos se elevó a 31.800 millones de euros, lo que supuso un aumento del 0,9% con respecto al año precedente.

De todos los países del mundo, en 2019 Italia fue el que más vino exportó, según la OIV. En concreto, los italianos vendieron 21,6 millones de hectolitros, el 20,5% del total mundial.

Los vinos embotellados (en envases inferiores a los 2 litros), representaron el 53% del volumen exportado en 2019, un porcentaje muy similar al del año precedente. También, al igual que un año antes aumentaron las ventas de vinos espumosos (2,5% en volumen y 4,9% en valor). ■

VINO

Dentro de la industria de la alimentación y bebidas, el sector del vino es uno de los más dinámicos. En la base productiva del sector asoman algo menos de 550.000 explotaciones agrarias, con una superficie en crecimiento que en 2019 ya superaba las 967.000 hectáreas, el 13% de la superficie de viñedo mundial total, lo que convierte a España en el primer viñedo del mundo. Castilla-La Mancha es la región con mayor superficie de viñedos en España y del mundo, con alrededor del 50% de la superficie nacional total.

España es uno de los tres países del mundo con mayor producción de vino, junto a Italia y a Francia. La producción media de vino y mosto está entre los 40 y los 42 millones de hectolitros, aunque en el año 2018 la producción se disparó por encima de los 44,4 millones de hectolitros. En 2019, sin embargo, la producción bajó hasta los 33,5 millones de hectolitros de vino y 3,6 millones de hectolitros de mosto.

La producción de vino está muy ligada, por un lado, al turismo y, por otro, a la lucha contra el despoblamiento rural, pues el viñedo está presente en todo el territorio nacional.

En este sentido, casi 3 millones de personas al año visitan bodegas y Rutas del Vino, realizando un gasto medio cercano a los 80 millones de euros al año, según estimaciones del sector.

Otra característica del sector del vino es que cuenta con una amplia red de figuras de calidad reconocidas a nivel internacional. Así, en el sector hay hasta 70 Denominaciones de Origen, 42 Indicaciones Geográficas Protegidas y 26 vinos de pago, entre otras marcas de calidad.

Asimismo, España es líder mundial en viñedo ecológico. La superficie de viñedo que está amparada como tal rondó en 2019 las 120.874 hectáreas, según datos del Ministerio de Agricultura. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España están activas alrededor de 4.300 bodegas, la mayoría de pequeñas dimensiones. Cerca de 3.075 de esas bodegas están registradas como empresas exportadoras y tienen una clara vocación internacional. Su capital es mayoritariamente de origen español, de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

El sector español se encuentra inmerso en un importante proceso de actualización y renovación. Las ventas de las bodegas rondan los 6.500 millones de euros y el conjunto

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) Grupo	850
Grupo Freixenet	500
Félix Solís Avantis, S.A. - Grupo	340
Miguel Torres, S.A (Familia Torres)	257
Grupo González Byass (Vinos)*	240
Grupo Codorníu	225
Pernod Ricard Winemakers Spain, S.A	129,9
Compañía Vinícola del Norte de España, S.A. (CVNE) - Grupo	110
Grupo Barón de Ley, S.A (Grupo)	99,9
Reserva de la Tierra (Grupo)	94

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)		
CC.AA	2018	2019
ANDALUCÍA	1243	943
ARAGÓN	1443	849
ASTURIAS	0,45	0,1
BALEARES	44	40,36
CANARIAS	46	32,1
CANTABRIA	0,6	0,9
CASTILLA-LA MANCHA	24.594	16.800
CASTILLA Y LEÓN	2.250	1870
CATALUÑA	3.251	3.148,6
EXTREMADURA	3.617	2844,7
GALICIA	378	373,8
C.MADRID	110	58,3
MURCIA	873	717,46
NAVARRA	833	573
PAÍS VASCO	756	601,98
RIOJA (LA)	2.424	1894,3
C.VALENCIANA	2.230	2180,8
TOTAL ESPAÑA	44.933	32.980

FUENTE: INFOVI, MAPA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)			
PRODUCTO	2017	2018	2019
VINOS COMUNES DE MESA	15,4	23,5	14,58
VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	3,6	4,8	4,3
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA	13,1	16,6	14,1
TOTAL	32,1	44,9	32,98

FUENTE: INFOVI.

del sector aporta el 1% del Producto Interior Bruto (PIB) del país. Todas las industrias vitivinícolas de nuestro país generan más de 24.5000 puestos de trabajo directos.

Castilla-La Mancha es la comunidad autónoma con un mayor número de bodegas en nuestro país, con el 25% del total. A continuación, aparecen Cataluña (16%), Castilla y León (10,5%) y Andalucía (9%). La Rioja y Castilla-La Mancha ocupan los primeros lugares en empresas vitivinícolas, con cuotas en torno al 18% en cada caso.

La empresa líder del sector del vino facturó en 2019 más de 850 millones de euros anuales, mientras que la segunda

llegó a superar los 500 millones de euros, la tercera rondó los 340 millones de euros, la cuarta se situó en 257 millones de euros y la quinta alcanza los 240 millones de euros.

La sexta empresa en el ranking facturó 225 millones de euros y otras cuatro empresas (grupos) registraron facturaciones por encima de los 90 millones de euros anuales. La organización que defiende los intereses de las bodegas y trabaja para potenciar el comercio del vino y los productos elaborados a partir de la uva es la Federación Española del Vino (FEV), creada en 1978.

Esta es una organización de ámbito nacional, con más de 700 bodegas asociadas, de las cuales un 25% son de mediano tamaño, un 74% son pequeñas y un 1% grandes. En la FEV están representadas 15 asociaciones regionales (hay comunidades autónomas en las que la producción de vino es mínima) y sus socios aportan el 75% del valor generado por el vino embotellado en España. ■

COMERCIO EXTERIOR

Según los datos de Aduanas, el saldo de la balanza comercial fue netamente positivo, con 2.481,3 millones de euros a favor, que suponen una gran contribución al balance comercial español.

En todo el ejercicio 2019 (no son datos de la campaña) las exportaciones aumentaron un 6,5% en términos de volumen, pero perdieron un 8% en términos de valor, tras caer los precios un 14%.

Finalmente las exportaciones de vino totalizaron 21,2 millones de hectolitros, por un valor alcanzado de 2.690,6 millones de euros. Comparando estos datos con los del año 2018, se exportaron 1,3 millones de hectolitros más de vino, pero con un valor inferior en 234,7 millones de euros al del año anterior.

En este caso de las exportaciones, el precio medio fue 127 €/hl.

El crecimiento en volumen de las exportaciones fue liderado por los vinos a granel. Igualmente, también tuvieron una evolución positiva las exportaciones de vinos de licor y de aguja, así como los vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP) y con indicación de variedad envasados. Por lo que se refiere a las ventas por países, en 2019 destacó la positiva evolución de las exportaciones a Japón y a Canadá.

Con respecto a las importaciones de vinos, al cierre del año 2019 se habían comprado un total de 546.846 hectoli-

tros, lo que supuso una caída de nada menos que un 41%. El valor de estas compras se elevó a 209,3 millones de euros y el precio medio de los vinos importados fue de 383 euros por hectolitro. ■

MOSTO

La producción española de mosto durante la campaña 2019/20 alcanzó los 3,6 millones de hectolitros.

Castilla-La Mancha concentra en nuestro país, la producción de mosto, con algo más de 3,12 millones de hectolitros en 2019. A mucha distancia aparecen la Comunidad Valenciana (280.557 hectolitros), Extremadura (157.144 hectolitros), Andalucía (34.957 hectolitros) y Cataluña (13.856 hectolitros). Unas tres cuartas partes de los mostos producidos en España provienen de uvas blancas. La gran mayoría de los mostos (95% del total) se elabora con uvas sin ningún tipo de denominación.

En nuestro país están registradas más de una decena de empresas productoras y comercializadoras de mosto. ■

COMERCIO EXTERIOR

Durante los últimos tres lustros, las exportaciones españolas de mostos y zumos de uva prácticamente se triplicaron en valor y se duplicaron en volumen. En la actualidad se exportan más de 255 millones de litros anuales y las exportaciones de mostos representan el 28% de comercio total de zumos y néctares de nuestro país.

Los principales mercados de destino para los mostos españoles son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Italia y Francia. Las importaciones, por su parte, resultan mucho menos significativas. ■



VINOS DE LAS IGPs - VINOS DE LA TIERRA

En España hay 42 vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP), que son vinos con derecho al uso del término tradicional “Vino de la Tierra”.

Las IGP tienen un nombre que identifica un producto como originario de un lugar determinado y existe un vínculo o relación causa-efecto entre las características del vino y el medio geográfico en el que se produce.

En la última campaña analizada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) se cifra la superficie total amparada por una IGP en 88.835 hectáreas, de las cuales una parte (casi 18.000 hectáreas) también estaba inscrita como área de denominación de origen.

Durante la última campaña (2017-2018), la producción obtenida superó los 3,1 millones de hectolitros, de los que un 80% correspondieron a la producción de la IGP Castilla y un 10% a la IGP Extremadura.

La comercialización total de vinos amparados por una IGP durante la última campaña computada fue de más de 2,37 millones de hectolitros, con un incremento interanual del 3,3%. Las principales zonas comercializadoras en esa campaña fueron las IGPs Castilla (1,9 millones de hectolitros) y Castilla y León (165.688 hectolitros). El comercio interior supone las dos terceras partes del volumen de vino total comercializado. El vino tinto es el más comercializado, con el 62,1% del total, seguido por el vino blanco (31,5%), el vino rosado (6,2%) y el vino de aguja. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En la última campaña analizada, el número de bodegas implicadas alcanzó la cifra total de 719, siendo 630 embotelladoras y 89 no embotelladoras. La facturación de las bodegas productoras se estimó en 243 millones de euros, de los que un 70% procedió de las ventas en el mercado interior y el 30% de la exportación.

La IGP Castilla es la que cuenta con más bodegas, con 245; le siguen la IGP Castilla y León con 197 y la IGP Extremadura con 81 respectivamente.

En España se encuentran inscritos en los registros de las IGP 10.322 viticultores. La IGP Castilla acapara el 84,2% de toda esa superficie, seguida a mucha distancia por las

IGP Extremadura (10,5%), Mallorca (1,3%) y Cádiz (1%). El número de bodegas activas en la elaboración de vinos de la Tierra es de 719, de las 630 son embotelladoras, mientras que otras 89 no embotellan. La IGP Castilla es la que en esa campaña tenía un mayor número de bodegas (245). A continuación, se sitúan Castilla y León (197), Extremadura (81), Mallorca (61), Castellón (14) y Bajo Aragón (12). La mayoría de las principales empresas del sector incluye a los vinos de Mesa y de la Tierra dentro de sus líneas de negocio. ■

COMERCIO EXTERIOR

Un 31% de la producción total de vinos españoles con IGP se comercializa fuera de nuestras fronteras, lo que supone algo menos de 727.859 hectolitros. Dentro de esa cantidad, la principal partida exportada es la constituida por los vinos tintos, con el 60,6% del total. A continuación, se sitúan los vinos blancos (32,8%) y los vinos rosados (6,6%). La IGP Castilla mantiene en el primer lugar y vino rosado. La IGP Extremadura es la segunda en blancos y la IGP Castilla y León, la segunda en tintos y rosados.

Por zonas económicas, la Unión Europea constituye el destino principal de todo este comercio exterior, con el 76,7%, seguida por Asia (12,4%) y los países europeos que no pertenecen a la Unión Europea (3,7%). Alemania aparece como la principal cliente de los vinos IGP españolas, con una cuota que representa el 50,5% del total. A bastante distancia se situaron China (10,8%), Francia (6,4%), Reino Unido (4,4%), Portugal (4,2%) y Estados Unidos (3,4%). ■

VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Los intereses de las denominaciones de origen del vino están representados por la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV), que es una asociación sin ánimo de lucro.

Según los datos del CECRV, una denominación de origen es una de las figuras de calidad que engloba el concepto Denominación de Origen Protegida (DOP). En España hay 95 denominaciones de origen protegidas, de las cua-

les 70 son denominaciones de origen (DO) y 2 de ellas son además calificadas (DOCa).

También hay protegidos 18 vinos de pago (VP) y 7 vinos de calidad (VC).

Las DOP identifican productos originarios de un lugar geográfico, cuya calidad y características se deben al vínculo con ese lugar y a los factores naturales y humanos inherentes al mismo y en el que el proceso de producción tiene lugar en su totalidad en esa zona geográfica.

La diferencia entre una denominación de origen protegida (DOP) y una indicación geográfica protegida (IGP) está, entre otras cosas, en que, tanto el vínculo entre la calidad o características del producto con el origen geográfico, como el vínculo de las uvas con las que se produce con dicho origen es mayor en el caso de las DOP, según el CECRV.

De las 70 DO de vinos, 3 tiene un ámbito supracomunitario (Cava, Rioja y Jumilla) y amparan producciones de más de una región. También hay dos de estas denominaciones que por sus características especiales llevan además el sobrenombre de Calificadas: las DOCa: Rioja y Priorat (Tarragona). Las denominaciones de origen calificadas son aquellas que tienen una exigencia suplementaria en cuanto a normativa y antigüedad.

Con respecto a las IGP, las denominaciones tienen mucho en común, pero la diferencia de éstas, el 100% de las uvas que se utilizan para la elaboración de vinos tienen que proceder exclusivamente de la zona geográfica de producción protegida (en las IGP es el 85%).

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), la comercialización de vinos con denominación de origen durante la campaña superó los 11,9 millones de hectolitros, un 3,7% menos que en el ejercicio anterior. Las demandas interiores representan el 59% del volumen total comercializado y decrecieron en un significativo 4,46%, mientras que el restante 41% constituyó el porcentaje de las ventas en el exterior, que también se redujeron en un 2,72%. Las existencias totales en bodega al final de campaña se acercaron a los 19,6 millones de hectolitros, un 7% menos que un año antes. También se produjo una disminución del volumen de vino calificada al final de campaña en el mes de julio de cerca del 17%.

El vino tinto representó el 65,9% del total producido, seguido por el espumoso (14,4%), los vinos de licor (9,6%), el blanco (7,9%) y el rosado (1,86%).

En la última campaña contabilizada por el MAPA, la principal denominación de origen atendiendo al volumen de

DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN									
DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)	DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
ABONA	898	1.311	18	5.500	MANZANILLA S.B.	(*)	(*)	24	71.516
ALICANTE	10.379	2.100	47	133.776	MÉNTRIDA	5.800	1.243	28	7.020
ALMANSA	7.200	760	12	175.405	MONDÉJAR	446	300	2	1.380
ARLANZA	330	243	17	3.056	MONTERREI	566	426	25	28.533
ARRIBES	245	207	17	3.223	MONTILLA MORILES	5.025	2.080	55	193.914
AYLÉS	46	1	1	869	MONTSANT	1.844	808	69	46.176
BIERZO	2.854	2.180	75	88.482	NAVARRA	10.774	2.165	102	368.123
BINISALEM	605	112	13	10.179	PAGO DE ARÍNZANO	133	1	1	2.165
BULLAS	1.811	428	11	13.758	PAGO DE OTAZU	107	1	1	146
CALATAYUD	3.200	762	16	69.113	PAGO FLORENTINO	58	1	1	713
CALZADILLA	16	1	1	444	PENEDÉS	16.637	2.400	173	131.124
CAMPO DE BORJA	6.242	1.150	18	155.354	PLA DE BAGES	480	82	14	5.502
CAMPO DE LA GUARDIA	81	1	1	1.030	PLA I LLEVANT	439	70	13	13.777
CANGAS	32	55	5	755	PRIORAT	1.972	572	106	34.991
CARIÑENA	13.768	1.527	32	424.833	RIÁS BAIXAS	4.021	5.343	184	240.343
CASA DEL BLANCO	92	1	1	574	RIBEIRA SACRA	1.241	2.438	89	34.881
CATALUÑA	42.431	5.459	202	485.491	RIBEIRO	2.220	5.752	115	88.549
CAVA	33.110	6.236	390	1.880.253	RIBERA DEL DUERO	22.395	8.143	310	721.223
CHACOLÍ DE ÁLAVA	95	39	7	2.539	RIBERA DEL GUADIANA	35.797	3.336	24	52.624
CHACOLÍ DE BIZKAIA	403	210	42	15.709	RIBERA DEL JÚCAR	9.000	900	7	4.987
CHACOLÍ DE GETARIA	427	103	33	23.921	RIOJA	65.326	15.211	801	2.839.558
CIGALES	1.948	404	34	36.142	RUEDA	14.753	1.493	69	733.889
CONCA DE BARBERÁ	4.185	807	25	7.394	SIERRA DE SALAMANCA	108	111	6	1.000
CONDADO DE HUELVA	2.384	1.336	24	100.679	SIERRAS DE MÁLAGA	(*)	(*)	41	8.123
COSTERS DEL SEGRE	4.081	525	43	53.050	SOMONTANO	3.931	370	32	108.068
DEHESA DEL CARRIZAL	21	1	1	686	TACORONTE-ACENTEJO	1.017	1.906	41	8.967
DOMINIO DE VALDEPUSA	49	2	1	2.417	TARRAGONA	4.874	1.406	49	12.812
EL HIERRO	126	238	11	1.642	TERRA ALTA	6.066	1.242	52	38.677
EL TERRERAZO	63	4	1	1.744	TIERRA DE LEÓN	1.370	299	40	16.245
EMPORDÀ	1.756	287	52	49.542	TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	645	186	10	1.985
FINCA ÉLEZ	39	1	1	3.144	TORO	5.555	1.080	63	95.716
GRAN CANARIA	231	356	71	2.071	UCLÉS	1.700	532	4	30.260
GRANADA	213	31	13	2.397	UTIEL-REQUENA	34.510	5.515	98	216.425
GUIJOSO	58	1	1	321	VALDEORRAS	1.182	1.291	43	35.788
ISLAS CANARIAS	493	489	55	5.701	VALDEPEÑAS	21.832	2.450	21	502.237
JEREZ-XÉRÈS-SHERRY(*)	6.989	1.642	66	264.341	VALENCIA	13.100	6.150	99	507.255
JUMILLA	18.682	1.828	48	216.862	VALLE DE GÜÍMAR	160	319	14	1.791
LA GOMERA	125	272	19	469	VALLE DE LA OROTAVA	329	608	51	3.289
LA MANCHA	165.470	14.942	269	800.783	VALLES DE BENAVENTE	244	71	6	1.588
LA PALMA	585	1.078	18	3.003	VALTIENDAS	70	14	6	1.004
LANZAROTE	1.849	1.797	14	14.253	VINOS DE MADRID	8.860	3.129	49	28.473
LEBRIJA	17	1	3	596	YCODEN-DAUTE-ISORA	161	439	13	1.329
LOS BALAGUESES	18	1	1	166	YECLA	4.830	417	9	65.118
MÁLAGA(*)	996	488	16	23.424	TOTAL **	575.700	118.937	4.146	12.406.713
MANCHUELA	6.709	836	32	14.338					

Datos de la campaña 2016/17 facilitados por los respectivos Consejos Reguladores en base a sus registros.

* Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla S.B. comparten datos de superficie y nº de viticultores.

* Málaga y Sierras de Málaga comparten datos de superficie y nº de viticultores

** En los totales no se han sumado las cifras de Cataluña y Cava, para evitar duplicidades

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

vino comercializado es la DOCa Rioja, ya que acapara el 22,7% del total, seguida por las de Cava (15,29%), Rueda (6,1%), La Mancha (5,6%) y Ribera de Duero (5,5%).

Teniendo en cuenta únicamente al mercado interior, la DOCa Rioja ocupa también el primer puesto, con el 24,2% del total, seguida por la DO Cava (9,6) y Rueda (9,1%).

Por su lado, en comercialización total de vino de denominación de origen por tipos sobresalió el tinto, con el 54% del total en volumen. En segundo lugar se situaron los vinos blancos, seguidos de los espumosos, los rosados y los vinos de aguja.

Los viticultores inscritos en los registros de las diferentes denominaciones ascendían al comenzar 2019 a cerca de 115.148 y contaban con una superficie de producción de 570.340 hectáreas. Las denominaciones con más viticultores fueron Rioja, La Mancha y Ribera del Duero.

En esa campaña, había también unas 4.156 bodegas inscritas en las distintas denominaciones, destacando por su número las de Rioja, Cava y Ribera de Duero.

El valor económico estimado en bodega de la comercialización interior y exterior de los vinos DOP ascendió a 4.302 millones de euros, lo que supone un incremento del 3% respecto de la campaña anterior, según los datos del MAPA.

Este aumento de la facturación se produjo especialmente en el mercado exterior, con 1.716 millones de euros, y un crecimiento del 40% del valor comercializado.

Si el volumen comercializado total descendió y el valor aumentó fue consecuencia de un incremento sustancial del precio medio unitario del vino con DOP, que pasó de 3,37 €/l a 3,60 €/l en la campaña analizada. ■

COMERCIO EXTERIOR

Aunque en los últimos ejercicios las demandas del mercado interno han tendido a crecer de manera más significativa, las exportaciones continúan siendo un elemento fundamental para garantizar la sostenibilidad del sector. Durante la última campaña computada se exportaron algo menos de 5 millones de hectolitros, con un retroceso del 2,7% con relación a la campaña precedente.

El vino tinto representa algo más de la mitad del volumen exterior comercializado, con el 54,7 %, apareciendo en segundo lugar el vino espumoso (25%). En cuanto a la evolución de cada tipo de vino con respecto a la anterior



campaña, las ventas de vino blanco y rosado aumentaron un 3,2% y un 2,15% respectivamente, mientras que las de tinto disminuyeron un 7,8%.

Por denominaciones de origen, las que más exportaron en volumen fueron la DO Cava (24,8%) y a DOC Rioja (20,5%).

Por tipos de envase, en la campaña analizada prácticamente el 97,4% de todo el vino con denominación exportado estaba embotellado y sólo un 2,6% fueron vinos a granel.

Las exportaciones españolas de vino con denominación de origen se dirigieron preferentemente hacia otros paí-



ses de la Unión Europea (60,5% del total), aunque en esa campaña disminuyó el porcentaje con relación a la anterior. Durante la última campaña, esas exportaciones bajaron un 7%, mientras que crecieron las dirigidas hacia terceros países en un importante 4,7% (es una tendencia que se mantiene).

En términos generales, los principales mercados de destino en esa campaña fueron Reino Unido (872.880 hectolitros), Alemania (708.671 hectolitros), EE.UU. (466.432 hectolitros), Bélgica (320.885 hectolitros) y China (340.161 hectolitros).

Dentro de la Unión Europea, disminuyeron con respecto a la anterior campañas las compras de vino desde Francia (32,6%), Reino Unido (4%), Bélgica (6%) y Alemania (2,3%).

Con respecto a los países terceros, aumentaron en términos generales las exportaciones dirigidas hacia Oceanía y hacia los países de Europa que no son de la UE. El mayor incremento de volumen comercializado lo experimentó un año más Rusia, con el 21,2%. ■

CAVA

El cava es un vino espumoso de calidad, elaborado por fermentación en botella según el método tradicional. Para su elaboración se añade al vino base azúcar y levaduras y se embotella. Las botellas obtenidas se almacenan en posición horizontal en las bodegas o cavas y allí se produce la segunda fermentación con la formación de espuma. Finalizada esa segunda fermentación y su posterior crianza (de nueve meses a 2 años), se realiza otra nueva operación denominada "removido", con la cual se conduce el sedimento de levaduras hacia el cuello de la botella, junto al tapón. Tras el "removido" se produce el degüelle, que consiste en abrir la botella para que la propia presión haga saltar el sedimento, quedando el vino brillante. Finalmente, la botella se rellena con el mismo cava obtenido, añadiendo o no el licor de expedición (mezcla de vino y azúcar) para obtener los distintos tipos de cava, en función de su contenido en azúcares.

CANALS & MUNNÉ PRESENTA DOS NOVEDADES CAPACES DE EMOCIONAR

Recientemente la bodega CANALS & MUNNÉ de Sant Sadurn d'Anoia, conocida por la extraordinaria calidad de sus cavas, vinos y licores, premiados en innumerables concursos nacionales e internacionales ha sacado al mercado el nuevo cava PRIDE y el nuevo vino XAREL-LO VERMELL.

Un cava y un vino perfectos para desayunar, hacer el aperitivo, comer, merendar, cenar o acompañar cualquier acontecimiento en cualquier época del año.

El cava PRIDE, un Brut Gran Reserva cosecha 2005 es para disfrutarlo con quién realmente se desee, sin importar sexo. Deséa a quién quieras. Ama la diversidad. Respétate a ti mismo. Bébetela vida. Nuestra gratitud al colectivo LGTBI por hacernos más libres.

El Vino XAREL-LO VERMELL. Cosecha 2019. Un vino muy emblemático de la DO. Penedés con marcada personalidad y de aromas intensos, que recupera una variedad ancestral muy olvidada. Un vino muy exclusivo y singular, diferente para paladares exigentes. Una apuesta de CANALS & MUNNÉ por la excelencia y la cultura del vino.

¡¡ LO CELEBRAMOS BRINDANDO JUNTOS !!



Canals & Munné

• Más que una bodega •

www.canalsimunne.com



Casi toda la producción de cava está amparada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cava, que tiene ámbito nacional, aunque la mayor parte de las zonas productoras están en Cataluña. En concreto, la denominación de origen cava está ampara la producción de 159 municipios: 63 de la provincia de Barcelona, 52 de Tarragona, 12 de Lleida, 5 de Girona, 18 de La Rioja, 2 de Zaragoza, 3 de Álava, 2 de Navarra y los de Requena (Valencia) y Almendralejo (Badajoz).

De acuerdo con el Consejo Regulador de la DO Cava, la producción de botellas de cava durante 2019 llegó hasta casi 249 millones, lo que supuso un aumento interanual del 2,07%.

El año 2019 fue uno de los mejores de la historia de la denominación de origen. La producción total aumentó un 2,07% hasta 249.544.696 botellas, la segunda producción más alta de la década por detrás de la de 2017.

El mercado interior absorbió el 33,9% de la producción y el exterior el 66,1% restante. Ese año, aumentaron un 6,4% las ventas en el mercado interior y prácticamente se mantuvieron las del mercado exterior.

El cava tradicional, con mínimo 9 meses de reserva, acaparó el 87,7% de todas las ventas en 2019, seguido por el cava reserva de 15 meses (10,7%), el cava gran reserva de 30 meses (1,45%) y el cava de paraje calificado de 36 meses (0,01%). En el mercado interior se vendieron el 78,22% de las botellas de cava tradicional; el 18,27% de cava reserva; el 3,48% del cava gran reserva y el 0,03% del cava paraje calificado.

Por su parte, el cava blanco representó en 2019, el 90,9% del total comercializado, mientras que el restante 89% corresponde al cava rosado.

De la producción total de cava rosado, el 25,7% fue gran reserva y el 10,9% cava tradicional.

Por último, el cava no ecológico acapara el 94,5% de todo el mercado, mientras que el 5,5% supone la cuota actual del cava ecológico. Esta categoría ha experimentado durante el último año un extraordinario crecimiento en sus ventas y del total producido, el 64% fue cava tradicional y el 24,5% gran reserva.

Según las estimaciones disponibles, el consumo de cava en nuestro país se redujo moderadamente durante 2019 (cayó un 1,3% en volumen y un 0,5% en valor). Del volumen total comercializado, el 19,9% fue en hostelería; el 79,4% en el canal alimentación y un 0,9% fueron las ventas online.

La zona de mayor consumo está en el noreste del país, con Barcelona como epicentro. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el Consejo Regulador del Cava aparecían inscritas en el año 2019 un total de 6.582 explotaciones (65 menos que en el año anterior), con una superficie de 37.955 hectáreas (26 hectáreas por encima de un año antes).

Además, el número de empresas elaboradoras de vino base descendió un 1,4% hasta 143 y el de empresas elaboradoras de cava cayó un 4,5% hasta 214.

En cualquier caso, el sector se encuentra dominado por dos grandes grupos de capital español, aunque con fuertes procesos de internacionalización.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAVA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Freixenet	500
Grupo Raventós Codorníu	225
B. Jaume Serra, S.L. (J García Carrión, S.A. Grupo)	s/d
Masía Vallfornosa, S.A	32
Castell D'Or, S.L	12
Covides, S.C.L	25
Unión Vinícola del Este, S.L (UVESTE)	20
Josep Masachs, S.L	9,6
Grup Perelada & Chivite	55,9
Juve & Camps, S.A	24,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.



El líder sectorial registra unas ventas de más 500 millones de euros y produce más de 90 millones de botellas de cava. El segundo tiene unas ventas de 210 millones de euros y su producción supera los 40 millones de botellas de cava. El primero domina los mercados internacionales, mientras que el segundo es hegemónico en el mercado interno. ■

COMERCIO EXTERIOR

El sector español del cava tiene una clara vocación internacional. De hecho, la Denominación de Origen Cava sigue siendo la primera de España en volumen de exportaciones, consolidando su vocación internacional, con dos terceras partes de su producción con destino a los mercados exteriores.

No obstante, en 2019 Las ventas con destino a los mercados exteriores bajaron un imperceptible 0,03%, igualando prácticamente las del año anterior, que supuso el récord histórico en exportaciones. De esta forma, se exportaron, más de 165 millones de botellas la cifra de producción con destino internacional, un volumen que supone el 66,1% del total comercializado. Hay que tener en cuenta que, diez años antes, las exportaciones de cava se situaban en unos mucho más bajos 131,2 millones de botellas. Esto supone que en la última década las exportaciones crecieron en un muy importante 25%. De las ventas exteriores totales, aproximadamente el 45,5% fueron a los países de la Unión Europea y otro 20,6% a países terceros. La cuota de mercado interno es del 33,9 %.

Durante 2019 las exportaciones hacia otros países de la UE descendieron en un 1,37%, alcanzando los 113,6 millones de botellas, mientras que las dirigidas hacia terceros países aumentaron en un 3%, superando los 51,4 millones de botellas.

Los principales mercados de destino para el cava español fueron durante 2019 Alemania, con 30,6 millones de botellas, Bélgica (27,1 millones de botellas), Estados Unidos (19,9 millones de botellas, tras registrar un descenso del 8,3%), Reino Unido (19,4 millones de botellas, un 10,2% menos que un año antes), Japón (10,7 millones de botellas, con un crecimiento del 27%), Francia (10,6 millones de botellas), Suecia (6,7 millones de botellas, un 30% más), Holanda (5,5 millones de botellas), Rusia (3,3 millones de botellas, un 30% más);



Canadá (3 millones de botellas), Finlandia (3 millones de botellas), Suiza (2,6 millones de botellas), Polonia (2,3 millones de botellas), Dinamarca, (2,2 millones de botellas), Noruega (1,8 millones de botellas), Austria (1,07 millones de botellas), Brasil (1,07 millones de botellas), Lituania (980.000 botellas), Estonia (897.000 de botellas) e Israel (860.000 botellas).

En 2019 se incrementaron por encima de la media las ventas a mercados como Japón, Suecia, Rusia o Polonia, con crecimientos importantes de dos dígitos. También se mantuvieron ligeramente a la baja las ventas en mercados históricamente más consolidados como Alemania, Bélgica o Estados Unidos.

Finalmente, las importaciones de vinos espumosos, en especial de champagne francés, son mucho menos importantes, ya que se sitúan en torno a los 13 millones de litros, por un valor de alrededor de 110,6 millones de euros. ■



CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 354,9 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.071,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 7,7 litros de consumo y 23,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,2 litros por persona y año), seguido de los vinos tran-

quilos (3,0 litros per cápita), y de los espumosos, con 0,5 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 56,8%, con un total de 13,2 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 18,5% y un total de 4,3 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 12,0% del gasto con un total de 2,8 euros per cápita al año. ■

CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL VINOS Y DERIVADOS	354,9	7,7	1.071,4	23,2
VINOS TRANQUILOS	138,8	3,0	608,7	13,2
NACIONAL	137,6	3,0	604,6	13,1
EXTRANJERO	1,2	0,0	4,1	0,1
TINTO	99,2	2,2	446,2	9,7
BLANCO	33,6	0,7	142,7	3,1
ROSADO	6,1	0,1	19,8	0,4
ESPUMOSOS	24,1	0,5	128,9	2,8
VINOS DE AGUJA	5,3	0,1	15,3	0,3
VINO SIN DO / IGP	146,3	3,2	198,5	4,3
NACIONAL	130,8	2,8	175,7	3,8
EXTRANJERO	2,3	0,0	7,4	0,2
OTROS VINOS	13,1	0,3	15,4	0,3
VINO TINTO	71,2	1,5	96,5	2,1
VINO BLANCO	66,7	1,4	88,3	1,9
VINO ROSADO	8,4	0,2	13,5	0,3
VINO CON IGP	25,8	0,6	64,4	1,4
OTROS VINOS SIN DO / IGP	2,3	0,1	11,1	0,2



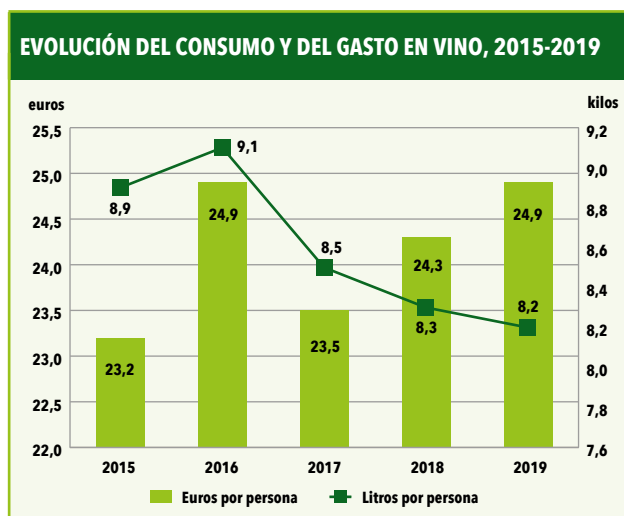
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

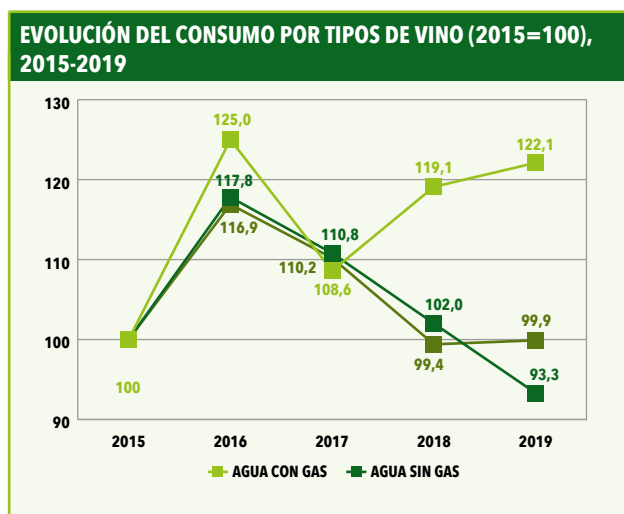
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de vinos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.000 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas con hijos mayores, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Galicia y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Castilla-la Mancha y Extremadura. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

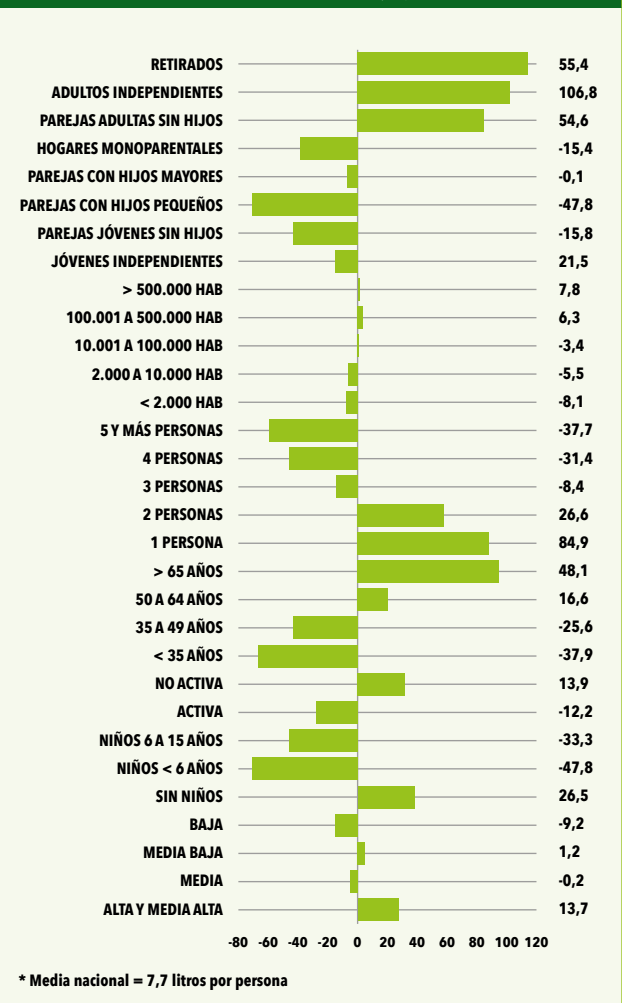
Durante los últimos cinco años, el consumo de vinos ha descendido 0,7 litros por persona pero el gasto ha aumentado 1,7 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2016 (9,1 litros), mientras que el mayor gasto se registró en los ejercicios 2016 y 2019 (24,9 euros por consumidor).



En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido distinto para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de vinos con DO/IGP ha aumentado pero, por el contrario, en vinos sin DO/IGP se ha reducido; la evolución de espumosos es bastante estable. ■



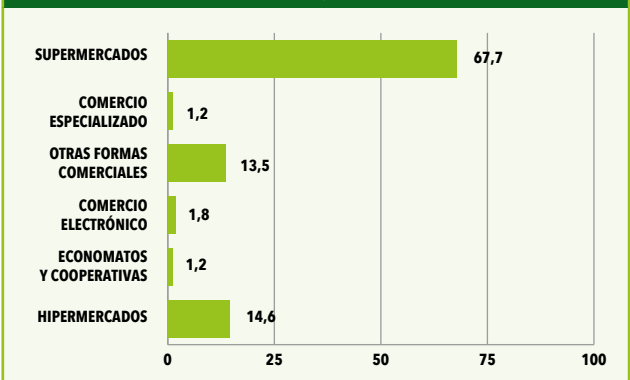
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE VINO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (67,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,6%. Los establecimientos especializados representan el 1,2%, los economatos y cooperativas el 1,2%, el comercio electrónico el 1,8% y otras formas comerciales aglutinan el 13,5% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



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 GUADALFE^{*}
 DE LAS SIERRAS DE LAS ESTANCIAS Y
 LOS FILABRES^{*}
 DESIERTO DE ALMERÍA^{*}
 LADERAS DE GENIL^{*}
 LAUJAR-ALPUJARRA^{*}
 LOS PALACIOS^{*}
 NORTE DE ALMERÍA^{*}
 RIBERA DEL ANDARAX^{*}
 SIERRA NORTE DE SEVILLA^{*}
 SIERRA SUR DE JAÉN^{*}
 TORREPEROGIL^{*}
 VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA^{*}

VINOS DE CALIDAD

GRANADA^{*}
 LEBRIJA^{*}

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

BINISSALEM
 PLA I LLEVANT

VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA I
 BIZA
 ILLES BALEARS
 ISLA DE MENORCA
 MALLORCA
 SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD



ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CALATAYUD^{*}
 CAMPO DE BORJA^{*}
 CARIÑENA^{*}
 CAVA **/^{*}
 SOMONTANO^{*}
 AYLÉS^{*}

VINOS DE LA TIERRA

BAJO ARAGÓN^{*}
 RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS^{*}
 RIBERA DEL JILOCA
 RIBERA DEL QUEILES **/^{*}
 VALLE DEL CINCA^{*}
 VALDEJALÓN^{*}

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ABONA^{*}
 GRAN CANARIA^{*}
 EL HIERRO^{*}
 LANZAROTE^{*}
 LA GOMERA^{*}
 LA PALMA^{*}
 TACORONTE-ACENTEJO^{*}
 VALLE DE GÚIMAR^{*}

VALLE DE LA OROTAVA^{*}

YCODEN-DAUTE-ISORA^{*}

ISLAS CANARIAS

CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

COSTA DE CANTABRIA
 LIÉBANA

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CANGAS^{*}

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALMANSA
 JUMILLA **
 LA MANCHA
 MANCHUELA
 MÉNTRIDA
 MONDÉJAR
 RIBERA DEL JÚCAR
 UCLÉS
 VALDEPEÑAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA
 PAGOS
 CAMPO DE LA GUARDIA
 CASA DEL BLANCO
 CAZADILLA
 DEHESA DEL CARRIZAL
 DOMINIO DE VALDEPUSA
 FINCA ÉLEZ
 GUIJOSO
 PAGO FLORENTINO
 LOS CERRILLOS
 EL VICARIO
 LA JARABA
 VALLEGARCIA

^{*}Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA Y LEÓN**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

ARLANZA

ARRIBES

CIGALES

BIERZO

RIBERA DEL DUERO

RUEDA

TORO

TIERRA DE LEÓN

TIERRA DEL VINO DE ZAMORA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SIERRA DE SALAMANCA

VALLES DE BENAVENTE

VALTIENDAS

CATALUÑA**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

ALELLA

CATALUÑA

CAVA **

CONCA DE BARBERÀ

COSTERS DEL SEGRE

EMPORDÀ

MONTSANT

PENEDÈS

PLA DE BAGES

PRIORAT (DOCA)

TARRAGONA

TERRA ALTA

COMUNIDAD VALENCIANA**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

ALICANTE

CAVA **

UTIEL-REQUENA

VALENCIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAGOS

EL TERRERAZO

PAGO DE LOS BALAGUESES

PAGO CHOZAS CARRASCAL *

PAGO VERA DE ESTENAS *

VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA DE CASTELLÓ

EXTREMADURA**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

CAVA **/ *

RIBERA DEL GUADIANA *

VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

GALICIA**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

MONTERREI *

RÍAS BAIXAS *

RIBEIRA SACRA *

RIBEIRO *

VALDEORRAS *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

RIBERAS DO HORKAZO

BARBANZA E IRIA

BETANZOS

VAL DO MIÑO-OURENSE

(VALLE DEL MIÑO-OURENSE)

LA RIOJA**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

CAVA **

RIOJA (DOCA) **

VALLES DE SADACIA *

MADRID**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

VINOS DE MADRID

MURCIA**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

BULLAS

JUMILLA **

YECLA

VINOS DE LA TIERRA

MURCIA

NAVARRA**DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**

CAVA **/ *

NAVARRA *

RIOJA (DOCA) **/ *

PAGO ARÍNZANO *

PAGO OTAZU *

PRADO DE IRACHE *

LARRAINZAR

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINO DE LA TIERRA 3 RIBERAS *

PAÍS VASCO**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

ARABAKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE ÁLAVA)

BIZKAIKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE VIZCAYA)

GETARIAKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE GETARIA)

RIOJA (DOCA) **/ *

CAVA **/ *

* Denominación compartida con otras CC AA / * Inscrita en el Registro de la UE / DOCa: Denominación de Origen Calificada



Abona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Abona se extiende sobre más de 1.200 hectáreas de viñedos protegidos por el Consejo Regulador en los municipios de Adeje, Arona, Vilaflor, San Miguel, Granadilla, Arico y Fasnia, al sur

de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la Listán Blanca, que ocupa el 70% de la superficie de producción, y la Listán Negra, con el 30% restante. Los vinos más característicos son blancos de color amarillo pálido, brillante, de finos aromas florales afrutados. También se elaboran rosados de atractivo color, frescos, ligeros, armoniosos y bien equilibrados en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.200 viticultores y 19 bodegas de producción y elaboración, que comercializan una media anual de 420.000 litros de vino, destinados en su totalidad al mercado nacional, básicamente en Canarias.

Alella

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Alella ampara una superficie de producción de 228 hectáreas de viñedo localizadas en 28 municipios al norte de la provincia de Barcelona, frente al mar Mediterráneo, con el municipio de Alella

como principal zona productora.

CARACTERÍSTICAS: El suave clima y las pocas lluvias favorecen el cultivo de unas cepas singulares como las blancas Xarel-lo, Pansá Blanca o Garnacha Blanca, y la tinta Ull de Llebre (Tempranillo). Predomina la producción de vinos blancos, secos y semisecos, afrutados y aromáticos, de moderada graduación alcohólica. También se elaboran, en menor medida, algunos tintos de crianza.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador se encuentran inscritos 80 viticultores y 8 empresas bodegueras de producción y elaboración que comercializan una media anual de 800.000 litros de vino, de los que cerca de un 20% se vende en los mercados exteriores.

Alicante

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida de producción abarca 10.389 hectáreas de viñedo, repartidas en 45 municipios de la provincia de Alicante, entre los que destacan Villena, Monóvar, Pinoso y la subzona de La Marina.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la tinta Monastrell, base principal en la elaboración de vinos, pero también se utilizan la Garnacha Tintorera, Tempranillo, Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Syrah y Petit Verdot. En las blancas la Moscatel, Chardonnay, Macabeo, Merseguera, Moscatel de Alejandría, Airén, Verdil, Sauvignon Blanc, Planta Fina de Pedralba y Subirat Parent. Se elaboran vinos blancos jóvenes -secos y dulces-, rosados jóvenes y vinos tintos -jóvenes, crianzas, reservas, grandes reservas y genéricos-. Capítulo aparte merece su Fondillón, un tipo de vino de Alicante único en el mundo, reconocido por la Unión Europea y con una especial protección dentro de la Denominación de Origen Alicante. Además, se producen vinos de licor, vinos tintos de doble pasta, vinos añejos y vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos más de 2.266 viticultores y 42 empresas bodegueras certificadas que elaboran y comercializan cerca de 13 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 28%.

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 4,7 millones de botellas de vino con Denominación de Origen Almansa, de los que más de un 75% 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 43 productores y 7 empresas bodegueras, los cuales producen y comercializan una media anual de 300.000 litros de Arabako Txakolina, destinados en un importante porcentaje al mercado del País Vasco, Cataluña, EEUU y Japón.

Arlanza

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La comarca vitivinícola se extiende a lo largo del río Arlanza, y abarca 54 municipios de la provincia de Burgos y 13 de la provincia de Palencia, con una superficie total de 350 hectáreas registradas.

CARACTERÍSTICAS: Estos vinos se elaboran a partir de cuatro variedades de uva tinta: la Tinta del País o Tempranillo, que representa el 95% del total; la Garnacha, variedad complementaria y segunda en importancia; la Mencía, y la Cabernet-Sauvignon, variedad de origen francés que se emplea, mezclada con la Tinta del País, en vinos destinados al envejecimiento en barricas por sus cualidades organolépticas. Las variedades blancas utilizadas son la Albillo y la Viura, también llamada Macabeo o Tempranillo Blanco, que se emplean para la elaboración de rosados. Los rosados tienen un sabor muy afrutado, con viveza y colores intensos y llamativos, mientras que los tintos jóvenes son fuertes, con mucho cuerpo y carnosidad, muy aptos para crear buenos crianzas y reservas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 16 bodegas que comercializan una media anual de 750.000 litros de vino, destinados principalmente al mercado nacional, aunque también se exportan a varios países europeos, Estados Unidos, México y Japón.

Arribes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La delimitación geográfica de la Denominación comprende 26 municipios del suroeste de Zamora y 20 municipios del noroeste de Salamanca, con 380 hectáreas inscritas en el Consejo Regulador.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales de uva tinta son la Juan García, uva autóctona que representa un 60% de la superficie vitícola comarcal; la Bufete y la Tempranillo, también llamada en la zona Tinta Serrana o Tinto Madrid, admitiéndose como complementarias la Garnacha y la Mencía. La Malvasía es la principal entre las blancas, complementándose con la Verdejo y la Albillo. El Consejo Regulador estudia otras variedades autóctonas de potencial enológico comprobado para recuperar y potenciar su desarrollo en la comarca: en las uvas tintas están la Bruñal y la Bastardillo Chico, y en las blancas la variedad Puesta en Cruz.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 634 viticultores y 11 bodegas elaboradoras, de las que 9 son embotelladoras, que producen entre 1,5 y 2 millones de litros de vino, de los que unas 600.000 botellas se comercializan con DO.

Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 2.854 hectáreas de viñedo al oeste de la provincia de León, con el municipio de Cacabelos como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: El especial microclima de la zona favorece el desarrollo de una cepa de gran calidad, la tinta Mencía, variedad dominante, que se complementa con la Garnacha Tintorera, y las blancas Palomino, Doña Blanca, Malvasía y Godello. Destacan los tintos de Mencía, de paladar aterciopelado, característica singular de los vinos del Bierzo, tanto en los jóvenes y afrutados como en los de crianza, que resultan amplios, elegantes y de complejo bouquet. Se producen también vinos blancos de color pálido y rosados suaves en grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 2.180 viticultores y 79 empresas bodegueras que comercializan cerca de 6,5 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

Es la primera Denominación de Origen en Mallorca, con una superficie protegida de unas 600 hectáreas de viñedo

que se reparten entre 5 municipios del centro de la isla de Mallorca, con Binissalem como núcleo poblacional más importante.

CARACTERÍSTICAS: El suave clima de la zona favorece el perfecto desarrollo de uvas de variedades autóctonas, como las tintas Manto Negro y Callet, y la blanca Moll. Los vinos tintos elaborados con la variedad Manto Negro son jugosos, elegantes y con un grado alcohólico moderado. Los rosados y blancos, jóvenes, afrutados y de gran calidad, destacan por su personalidad y su ligerísimo grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 111 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1 millón de litros de vino, de los que un 11% se destinan a la exportación.

Bizkaiko Txakolina

(Txakolí de Vizcaya)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



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 Txakolina 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 1.850 hectáreas distribuidas en 9 municipios al oeste de la Región de Murcia, con la localidad de Bullas como el núcleo más importante de

producción y elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: La variedad fundamental es la tinta Monastrell, que ocupa el 85% de la superficie total, con pequeñas plantaciones de Tempranillo y algunas cepas blancas como la Airén y Macabeo. Los vinos más característicos son los rosados, bien estructurados y de gran frutuosidad. También se elaboran tintos jóvenes y de crianza y una pequeña pero interesante producción de vinos blancos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 1.900.000 litros de vino amparado por la Denominación, de los que cerca del 35% se destina a la exportación.

Calatayud

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de protección de la Denominación de Origen abarca 3.200 hectáreas de viñedos repartidas en 46 municipios en la parte más occidental de la provincia de Zaragoza, en la región natural del Valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la tinta Garnacha y la blanca Macabeo. En menor proporción se producen uvas tintas como Mazuela, Bobal, Tempranillo y Monastrell; junto a las blancas Malvasía, Sauvignon Blanc, Moscatel Blanco y Garnacha Blanca. Los vinos blancos son muy pálidos, afrutados y frescos. Los rosados son de perfumada fragancia y un acertado equilibrio cuerpo/acidez. Los tintos jóvenes resultan sabrosos y los de crianza son vinos con cuerpo, estructura y de graduación alcohólica muy moderada.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.700 viticultores y 16 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 15 millones de litros de vino, de los que el 85% se destina a los mercados exteriores.

Campo de Borja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción de la Denominación de Origen se localiza en una superficie de más de 7.414 hectáreas de viñedo, distribuidas en 16 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, Trepát, 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, Gewürztraminer, Malvasía, Malvasía de Sitges, Pedro Ximénez y Picapoll. A partir de estas variedades se elaboran vinos tintos, blancos, rosados, de aguja y de licor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritos más de 5.193 viticultores y 204 bodegas. En la última campaña se comercializaron más de 46,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 52% se exportó.

Cava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Cava ampara y protege los vinos espumosos de calidad elaborados por el método tradicional en 31.765 hectáreas de viñedos repartidas en más de 159 municipios, entre los cuales cabe destacar el municipio de Sant Sadurn 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, Semisecco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 6.610 viticultores y registradas 254 bodegas que comercializan una media anual de 239,5 millones de litros de cava, de los que 152 millones se exportan a mercados de todo el mundo.

Cigales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 2.000 hectáreas de viñedo repartidas entre 12 municipios de la comarca de Cigales, al norte de la ciudad de Valladolid, incluido el municipio de Dueñas (Palencia).

CARACTERÍSTICAS: Las variedades más importantes son la Tinta del País, que ocupa más del 70% de la superficie, y la Garnacha Tinta. En pequeña proporción se cultivan las blancas Verdejo, Viura y Albillo. Los vinos más característicos son los rosados, de los que se elaboran tres tipos: Cigales nuevo, Cigales y Cigales crianza. Son vinos frescos, de agradable aroma floral o frutal y suave graduación. También se producen en menor proporción excelentes vinos tintos con las variedades Tinta del País y Garnacha Tinta.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritos 594 viticultores y 35 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2,7 millones de litros de vino, de los que el 10% se vende en el mercado exterior.

Conca de Barberà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen Conca de Barberà cubre 4.200 hectáreas de viñedo al norte de la provincia de Tarragona, en una zona fronteriza con Lleida, con la localidad de Montblanc como principal centro vitivinícola. La zona de producción está enclavada en una conca

o depresión, lo que la convierte en un marco geoclimático muy especial para el cultivo del viñedo.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva predominantes son las blancas Macabeo y Parellada, y la tinta Trepat, de las que se obtienen vinos blancos, rosados, tintos y espumosos, de graduación alcohólica moderada, bien dotados de acidez, ligeros y de aroma delicadamente afrutado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se hallan inscritos 1.100 viticultores y 22 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1.200.000 botellas, con un volumen medio amparado bajo esta DO de 26.500 hectolitros y una producción media anual de vino calificado como DO Conca de Barberà de 8.500 hectolitros.

Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

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 Riu Corb, Les Garrigues, Pujals Jussón y Segrià.

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 Riu 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.

Empordà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



EMPORDÀ
DENOMINACIÓ D'ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de vinos amparados por la DO está constituida por parcelas de viñedos situadas en 35 municipios de la comarca del Alt Empordà y 20 municipios del Baix Empordà, en el nordeste de la provincia de Girona. La superficie de viñedo inscrita es de 1.786 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: La gama de vinos es muy amplia. Se elaboran vinos blancos, frescos y sabrosos, a partir de las variedades Macabeo, Garnacha Blanca y Chardonnay. Los rosados, elaborados con Samsó o Mazuela y Garnacha, son frescos y moderados en graduación alcohólica. Los tintos representan la mayoría de la producción con las variedades que se van introduciendo, Cabernet-Sauvignon y Merlot, son de elevada calidad, con cuerpo, bien constituidos y aromáticos. Una especialidad diferencial de la zona es la Garnacha del Empordà, vino dulce natural de esta uva, cálida y sedosa.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 335 viticultores y 49 bodegas y cooperativas con una producción anual aproximada de 7,5 millones de litros de vino, de los que cerca de 6,3 millones de litros están amparados por la Denominación de Origen. Se comercializan aproximadamente 3 millones de litros anuales, de los que cerca del 20% se destina a los mercados internacionales.

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, Mos-

catel 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.

Getariako Txakolina (Txakolí de Getaria)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La DO protege 433 hectáreas de viñedo repartidas entre todo el territorio histórico de Guipúzcoa.

CARACTERÍSTICAS: Las dos variedades autóctonas autorizadas son la blanca Hondarrabi Zuri, que representa el 85% del total de viñedo, y la tinta Hondarrabi Beltza, de escaso color, con el 15% restante. Los chacolís de Getaria son tradicionalmente blancos y destacan por una peculiar singularidad aromática, de gran frescura y moderada graduación alcohólica, de 11°. También se elaboran vinos tintos, rosados, espumosos y vendimia tardía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 105 viticultores y 33 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 2 millones de litros de chacolí, comercializados en un 84% en el mercado del País Vasco, y un 16% a exportación.

Gran Canaria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se extiende en 224 hectáreas localizadas en 21 municipios de la isla.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva autorizadas son en blancas: Malvasía, Gual, Marmajuelo, Vijariego, Albillo, Moscatel de Alejandría, Listán Blanco, Burrablanca, Torrontés, Pedro Ximénez y Breal. En tintas: Negra Común, Negramoll, Tintilla, Malvasía Rosada y Moscatel Negra. Se elaboran vinos tintos jóvenes, con bastante capa, de color rojo intenso. Los vinos rosados presentan menos cuerpo e intensidad colorante. También se producen blancos secos, semisecos y dulces.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos más de 310 viticultores y 71 bodegas y cooperativas de producción y elaboración, con una producción de unos 460.000 kg. anuales.



Jerez-Xerès-Sherry

Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende sobre 7.184 hectáreas en Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y otros 5 municipios de la provincia de Cádiz; además de Lebrija, en Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante es la blanca Palomino Fino, complementada con la Palomino de Jerez, Pedro Ximénez y Moscatel. Los tipos de vinos son: Fino, seco, con crianza "en flor". Manzanilla, seco y ligero. Amontillado, suave y ligero. Oloroso, con mucho cuerpo. Palo Cortado, seco, equilibrado y muy persistente. Pale Cream, suave, pálido y dulce. Cream, dulce, con mucho cuerpo. Pedro Ximénez, suave y dulce en boca, vigoroso y pleno.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 1.591 viticultores y 71 bodegas que elaboran una media anual de más de 30,6 millones de litros de vino, de los que se exportan el 60%.

Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca unas 21.620 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Fuedeálamo, Hellín, Montealgre, 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 Cencibel, y de las blancas Airén, Merseguera y Pedro Ximénez. Los tintos jóvenes, a partir de la uva Monastrell, son de color rojo rubí intenso, francos en nariz y cálidos en boca. Los rosados, de gran calidad, son de color rojo cereza, con aromas frutales muy vivos, plenos y frescos en boca. Los blancos, de color pajizo dorado, aromas vivos, frutales, fragantes y muy equilibrados.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 1.959 viticultores y 43 bodegas que comercializan anualmente unos 25 millones de litros de vino, de los que el 60% se exporta.

La Gomera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca todos los municipios de la isla, con una superficie protegida de 125 hectáreas de viñedo cultivadas en bancales de piedras construidos en laderas de fuertes pendientes.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más importante y la más cultivada es la Forastera Blanca, conocida popularmente como Forastera Gomera, de la cual se obtienen unos vinos blancos secos jóvenes de gran personalidad, caracterizados por su alta acidez en ácido tartárico. También se obtienen excelentes vinos jóvenes de esta variedad, con otras variedades menos predominantes: Marmajuelo, Listán Blanco. Aunque tradicionalmente la producción era sólo de vinos blancos, actualmente se elaboran vinos tintos jóvenes.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de esta Denominación de Origen están registrados 210 viticultores y 13 bodegas. La producción obtenida alcanza una media de 90.000 litros, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado de la isla.

La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Es la Denominación con la zona de producción más extensa del mundo: 157.113 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 Cencibel, 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 Cencibel y se comienzan a producir vinos monovarietales excelentes, como los tintos de Cabernet-Sauvignon.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 14.705 viticultores y 249 bodegas que elaboran y comercializan al año más de 126 millones de litros de vino, de los que el 25% se destina a la exportación.

Lanzarote

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida se extiende sobre 1.855 hectáreas de viñedo asentado sobre terrenos volcánicos, localizados por toda la isla de Lanzarote.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más singular es la Malvasía volcánica, de la que se obtienen finísimos y equilibrados vinos blancos jóvenes, rotundos y complejos, de enorme personalidad, así como

vinos de crianza y vinos dulces con uva Moscatel. La Listán Blanco, por su parte, proporciona blancos jóvenes secos y semisecos, y con la Listán Negro y Negramoll se elaboran tintos jóvenes y crianzas y una pequeña proporción de rosados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están registrados 1.857 viticultores y 15 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1,6 millones de litros de vino, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado insular canario.

La Palma

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Acoge unas 885 hectáreas de viñedo, asentado sobre terrenos volcánicos de la isla de La Palma en tres zonas de producción: Hoyo de Mazo, Fuencaliente y norte de La Palma.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades más representativas son Negramoll, Almufienco, Albillo, Malvasía, Verdello, Sabro, Bujariego y Listán. Los vinos blancos son aromáticos, frescos y ligeros. Los tintos

son de color rojo picota intenso con tonos violáceos, densos, carnosos y con prolongado posgusto. Los rosados son alegres, de tonos rosas salmón, frescos, con tenue gusto almendrado. Los vinos de tea son suaves de capa, con aromas frutales y herbáceos, integrados en un fondo resinoso, agradables en boca. Los dulces, de color amarillo oro joven, son limpios y brillantes, de dulzor equilibrado y acidez fresca.

DATOS BÁSICOS: Cerca de 1.300 viticultores y 18 bodegas elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se venden en su totalidad en el mercado canario.

Málaga · Sierras de Málaga

DENOMINACIONES DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca una superficie de 1.000 hectáreas de viñedo en 64 municipios de Málaga y 2 de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Para la Denominación Málaga las variedades predominantes son las blancas Pero Ximen, Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco,

Doradilla, Lairen. Para la Denominación Sierras de Málaga, las variedades predominantes son Pero Ximen, Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Chardonnay, Macabeo, Sauvignon Blanc, Lairen y Doradilla. En variedades tintas destacan la Romé, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah, Tempranillo, Garnacha, Cabernet Franc y Pinot Noir. Se elaboran vinos blancos, rosados y tintos con graduaciones entre 10 y 15°.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 440 viticultores y 45 bodegas que elaboran una media anual de casi 2,2 millones de litros de vino, de los que el 40% se destina a la exportación.

Manchuela

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre 9.000 hectáreas de viñedo localizadas en 70 términos municipales de la comarca de La Manchuela, situada al sudeste de Cuenca y al nordeste de Albacete.

CARACTERÍSTICAS: La variedad autóctona emblema de la Denominación de Origen Manchuela es la uva Bobal. Una variedad que da vida a excelentes crianzas y reservas de viñas centenarias y a unos inigualables rosados especialmente afrutados y frescos, cuya calidad avalan año tras año numerosos premios en concursos nacionales e internacionales. También se producen, en menor proporción, las variedades Tempranillo y Macabeo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay 1.000 viticultores inscritos, 37 empresas que elaboran y comercializan una media anual de 2.000.000 litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 80 por ciento se destina a la exportación.

Méntrida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Méntrida

abarca cerca de 8.100 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 50 municipios al norte de la provincia de Toledo. Los principales centros vitivinícolas son Maqueda, Méntrida, Escalona y Torrijos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas predominantes son Garnacha Tinta (90%) y Cencibel, aunque se están plantando variedades nuevas como la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Syrah. Los vinos tintos son de elevada graduación alcohólica, espesos, de aroma suave y muy sabrosos. Los rosados resultan ligeros, aromáticos y de agradable color, excelentes al paladar, a pesar de su alta graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.376 viticultores y 26 empresas bodegueras que comercializan una media anual de 1,2 millones de litros de vino, de los que más del 90% se vende en el mercado nacional.

Mondéjar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Mondéjar se localiza en una superficie de 2.100 hectáreas de viñedo, repartidas en 20 municipios de la provincia de Guadalajara, con Mondéjar y Sacedón como principales centros de producción.

CARACTERÍSTICAS: La tinta Cencibel 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 2 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 581 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra, Verín y Vilardevós en la parte sureste de la provincia de

Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: valle de Monterrei y ladera de Monterrei.

CARACTERÍSTICAS: Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello y Treixadura, entre las blancas, y Mencía y Merenzao, entre las tintas. Los vinos blancos destacan por sus tonos amarillos dorados o pajizos, de intensidad aromática potente, con paso de boca ligeramente ácido y muy equilibrado. Los tintos, de color púrpura o rojo cereza, con tonos violáceos, de aromas frutales del bosque, resultan plenos y armoniosos en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están inscritos 389 viticultores y 27 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 5,6 millones de litros de vino, consumidos en su totalidad en el mercado interior.

Montilla-Moriles

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 5.500 hectáreas de viñedo al sur de Córdoba, aunque la zona de crianza está restringida a 17 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Pedro Ximénez, aunque también se cultivan otras cepas complementarias como la Layren, Baladí-Verdejo y Moscatel. Los vinos jóvenes son afrutados, secos o ligeramente abocados, agradables y suaves. El Fino es de aroma punzante, seco y levemente amargo al paladar. El Amontillado es de aroma avellanado y resulta agradablemente complejo, sutil, suave. El Oloroso es un vino de mucho cuerpo, lleno y aterciopelado, energético, 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 frutuosidad, y el Moscatel es un vino dulce natural.

DATOS BÁSICOS: 2.600 viticultores y 76 empresas bodegueras elaboran y comercializan una media anual de 20 millones de litros de vino, de los que se exportan el 12%.

Montsant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 1.902 hectáreas en 18 municipios

de Tarragona, 14 de la comarca del Priorato y 4 de la Ribera del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades tintas predominantes son la Garnacha Negra y la Cariñena, aunque abunda la variedad L'ull de Llebre en el sur. El Consejo también autoriza la plantación de cepas de Cabernet-Sauvignon, Garnacha Peluda, Merlot, Monastrell, Pica-poll Negre y Syrah. En uva blanca destacan las variedades Garnacha Blanca y Macabeo, aunque están autorizadas plantaciones de Chardonnay, Moscatel, Pansal y Parellada. Se producen excelentes vinos blancos, rosados y tintos; se elaboran vinos tradicionales de esta zona como el vino rancio, la mistela negra, la garnacha del Montsant y el vino dulce natural.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están registrados 929 viticultores, 60 bodegas y 57 comercializadoras, que comercializan una media anual de 5 millones de litros de vino, de los que entre el 40-60% se vende en los mercados exteriores.

Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen ampara 10.000 hectáreas de viñedo distribuidas en Navarra en 5 zonas diferenciadas por características climáticas, de suelos y paisajísticas: Tierra Estella, Valdizarbe, Baja Montaña, Ribera Alta y Ribera Baja.

CARACTERÍSTICAS: Navarra es una D.O. histórica en la que se elaboran seductores vinos blancos con o sin crianza con las variedades de uva: Chardonnay, Garnacha Blanca, Moscatel De Grano Menudo, Viura, Malvasía y Sauvignon Blanc. Los afamados rosados de vivo color, son producidos únicamente con tintas, en su mayoría, Garnacha y sin utilizar ningún tipo de presión, sólo a partir del primer mosto de la uva. Los nobles y honestos tintos D.O. Navarra, tanto varietales como en ensamblaje, son la expresión de la Garnacha, el Tempranillo, Graciano, Mazuelo, Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah y Pinot Noir.

DATOS BÁSICOS: Más de 2.000 viticultores y 85 bodegas elaboran en un centenar de municipios y comercializan una media de 40 millones de litros de vino anualmente en el mercado nacional y en más de 70 países.

Penedès

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 24.247 hectáreas de viñedo localizadas en las provincias de Barcelona y Tarragona, con Vilafranca del Penedès como el principal núcleo vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades blancas predominantes son las blancas Xarel.lo, Macabeo, Parellada y Chardonnay; y las tintas Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Cariñena. Los vinos blancos resultan frescos, afrutados, muy aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son ligeros, aterciopelados y de carácter apreciable. También se elaboran excelentes vinos de aguja. Una parte importante de la producción se destina a la elaboración de vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 4.088 viticultores y 152 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 32,7 millones de litros de vino, de los que el 35% se destina a la exportación.

Pla de Bages

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 550 hectáreas, localizadas en la comarca del Bages, en la provincia de Barcelona, con Artés y Manresa como principales núcleos de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: La situación geográfica de esta comarca y su especial climatología favorecen el desarrollo de variedades nobles de uva entre las que destacan la autóctona Picapoll y en menor proporción la Macabeo y Chardonnay entre las blancas; y la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, entre las tintas. Los vinos de mayor producción son los tintos, que resultan de gran personalidad, suaves, de excelente calidad y moderado grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el CRDO están registrados 100 viticultores y 14 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino con Denominación de Origen Pla de Bages; el 85% de esta producción se consume en el mercado nacional.

Pla i Llevant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO Pla i Llevant abarca una extensión de 395 hectáreas de viñedo, repartidas entre 18 términos municipales de la isla de Mallorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva más abundantes son la Callet, Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Manto Negro, Macabeu y Pinot Noir; en menor proporción se producen también las variedades Prensal Blanca, Chardonnay, Merlot, Moscatel, Perelada, Fogoneu, Monastrell y Riesling. El mayor volumen de producción corresponde a los vinos tintos, de gran jugosidad y elegancia, con un grado alcohólico moderado. Los vinos blancos resultan jóvenes y afrutados, con fuerte personalidad y leve grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 107 viticultores y 12 bodegas en el Consejo Regulador que producen y comercializan una media anual de más de 1,1 millones de litros de vinos tintos y blancos con Denominación de Origen.

Priorat

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO es de más de 1.900 hectáreas, localizadas al oeste de la

provincia de Tarragona, con los municipios de Porrera y Gratallops como centros principales de elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la Tinta Cariñena (Mazuela) y la Garnacha Tinta. Las cepas blancas tienen una presencia muy reducida, cultivándose la Garnacha Blanca, Macabeo y Pedro Ximénez. Los vinos tintos tradicionales del Priorat son de color granate, robustos y de elevada graduación alcohólica. También se elaboran vinos rancios, envejecidos en roble y de potente graduación. La producción de vinos blancos y rosados es muy pequeña, aunque está creciendo en los últimos años.

DATOS BÁSICOS: Están registrados más de 606 viticultores y 96 empresas bodegueras que elaboran y comercializan más de 2 millones de botellas al año, de las que el 45% se destina a los mercados exteriores.

Rías Baixas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida por la DO se extiende sobre 4.064 hectáreas de viñedos en 5 subzonas de producción: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal y Soutomaior, en la provincia de Pontevedra, y Ribeira do Ulla, que se reparte entre Pontevedra y A Coruña.

de producción: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal y Soutomaior, en la provincia de Pontevedra, y Ribeira do Ulla, que se reparte entre Pontevedra y A Coruña.

CARACTERÍSTICAS: Predomina la blanca autóctona Albariño y en menor proporción la Treixadura, Loureira Blanca, Caiño Blanco, Torrontés y Godello; y las tintas Caiño Tinto, Mencía, Espadeiro, Sousón, Loureira Tinta y Brancellao. Los vinos monovarietales de Albariño son amarillo-pajizos. Los vinos de la subzona de O Rosal y O Condado do Tea están personalizados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos casi 6.667 viticultores y 178 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 22,9 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 24% se exporta.

Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 1.229 hectáreas de viñedo en 17 municipios que se distribuyen a su vez en 5 subzonas de producción: Amandi, Chantada, Quiroga-Bibei y Ribeiras do Miño, en la provincia de Lugo, y Ribeiras do Sil, en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Las principales variedades de uvas blancas son Albariño, Loureira, Treixadura, Godello, Dona Branca y Torrontés; en el caso de las tintas las variedades predominantes son Mencía, Brancellao y Merenzao, complementadas con la Negreda y la Garnacha Tintorera. Los vinos tintos de Mencía son de color cereza, brillantes, afrutados, suaves en boca, sabrosos y elegantes. Los vinos blancos de Godello son frescos, plenos en boca y de aromas intensos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.397 viticultores y 96 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 360.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

Ribeiras do Morrazo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción la IGP Ribeiras do Morrazo ampara los municipios de Marín, Bueu, Vilaboa, Moaña, Cangas, Pontevedra, Poio y Redondela.

CARACTERÍSTICAS: Son vinos blancos y tintos con aromas francos en los que se aprecian las características propias de la materia prima de la que proceden, con graduaciones alcohólicas moderadas, aromas florales y de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.804 hectáreas de viñedos localizadas en las riberas y valles de los ríos Avia, Miño y Arnoia, en la parte occidental de la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante entre las tintas es la Caiño, complementada con Garnacha, Ferrón, Sousón, Mencía, Tempranillo y Brancellao. En uvas blancas, la principal es la Treixadura, y en menor proporción Jerez, Torrontés, Godello, Macabeo, Loureira, Albilla y Albariño. Los vinos blancos, de color pajizo, resultan elegantes, frescos, ligeros, muy aromáticos y de alegre acidez. Los tintos, de color rojo morado muy vivo, son vinos de mucha capa y elevada acidez fija.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 6.053 viticultores y 109 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 14 millones de litros de vino, que en un 95% se consume en el mercado nacional.

Ribera de Duero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 22.552 hectáreas de viñedo distribuidas entre 89 municipios de las provincias de Soria, Segovia, Burgos y Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante en la zona amparada por la Denominación es la Tinta del País; en menor proporción se cultivan variedades como Cabernet-Sauvignon, Merlot y Malbec, Garnacha y Blanca del País o Albillo. Los

más representativos son los tintos de crianza y reserva, catalogados entre los mejores vinos del mundo, de intenso color, con irisaciones moradas, aroma muy delicado y penetrante, y suavemente ácidos. Los rosados son sutiles, frescos y ligeros en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 8.220 viticultores y 288 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 70 millones de litros de vino según campañas, de los que el 23% se destina a la exportación.

Ribera del Guadiana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie de producción amparada por Denominación de Origen Ribera del Guadiana se extiende sobre 29.000 hectáreas de viñedos

distribuidas entre 6 subzonas vitivinícolas de las provincias de Cáceres y Badajoz: Cañamero, Montánchez, Ribera Baja, Ribera Alta, Tierra de Barros y Matanegra.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades para la elaboración de los vinos Ribera del Guadiana son Tempranillo, Macabeo, Pardina, Cayetana Blanca, Garnacha Tintorera, Alarige, Chardonnay, Cabernet-Sauvignon, Borba, Montúa, Bobal y Pedro Ximénez. Con estas cepas se elaboran vinos tintos y blancos y en menor proporción rosados, todos ellos de excelente calidad.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran registrados más de 3.800 viticultores y 50 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2 millones de litros de vino según campañas, destinados en un 75% al mercado exterior.

Ribera del Júcar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre una superficie de 9.200 hectáreas de viñedo repartidas en los municipios de Casas

de Benítez, Casas de Fernando Alonso, Casas de Guijarro, Casas de Haro, El Picazo, Pozoamargo y Sisante, al sur de la provincia de Cuenca.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes en esta denominación son todas de uvas tintas, destacando la Cencibel, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah y Bobal, aunque se cultiva también una pequeña cantidad de uva blanca Airén. Los vinos tienen mucho cuerpo, de un color violeta intenso, son integrales, directos y aromáticos. Se elaboran tintos jóvenes, vinos de tradición y excelentes tintos de crianza.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 9 cooperativas y empresas bodegueras que comercializan unos 300.000 litros de vino, destinados en un 60% al mercado exterior.

Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada se extiende sobre 65.841 hectáreas de viñedo repartidas entre las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra. Está dividida en 3 subzonas vitivinícolas: Rioja Alta, Rioja Oriental y Rioja Alavesa.

CARACTERÍSTICAS: Sobre la base de la cepa Tempranillo, con aportaciones de Garnacha, Mazuelo y Graciano, se obtienen grandes vinos tintos de crianza, reserva y gran reserva. También se elaboran blancos jóvenes y de crianza y excelentes rosados (claretes), completando una de las ofertas de vinos de mayor calidad del mundo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 14.800 viticultores y más de 600 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 336 millones de litros de vino según campañas, de los que un tercio se destina a la exportación.

Rueda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie registrada en la DO Rueda es de 18.125 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 92 millones de botellas, de las que el 15% se destina a los mercados internacionales.

Somontano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida por la Denominación de Origen Somontano es de unas 3.938 hectáreas, dis-

tribuidas entre 43 municipios del centro de la provincia de Huesca, con Barbastro como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades autorizadas son las tintas Moristel, Tempranillo, Garnacha, Parraleta, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot-Noir; y las blancas Macabeo, Garnacha Blanca, Alcañón, Chardonnay y Gewürztraminer. Los vinos tintos característicos son afrutados, de ligera acidez y con poca graduación. Los blancos resultan frescos y muy aromáticos. Los rosados son brillantes de color, delicados en aromas y de suave sabor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 370 viticultores y 32 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino; el 20% de este volumen de producción se destina a los mercados exteriores.

Tacoronte-Acentejo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación ampara una superficie de más de 760 hectáreas de viñedo repartidas entre 9 municipios localizados al norte de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Listán Negro, Negramol 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 1.108 viticultores y 35 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 850.000 litros de vino, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Tarragona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo distribuidas en 78 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: 1.305 viticultores y 31 bodegas producen una media anual de 36 millones de litros de vino.

Terra Alta

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



DENOMINACIÓ D'ORIGEN
TERRA ALTA

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



DENOMINACIÓN DE ORIGEN
Tierra de León

ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre cerca de 1.357 hectáreas de viñedo, repartidas entre 69 municipios de la provincia de León y 19 de la provincia de Valladolid, pertenecientes a las riberas de los ríos Esla y Cea.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales de uva tinta la Prieto Picudo, Mencía, Tempranillo y Garnacha, mientras que de uva blanca se emplean las variedades Verdejo, Albarín blanco, Godello, Malvasía y Palomino.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos cerca de 375 viticultores y 39 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 2 millones de botellas de vino amparadas por la Denominación de Origen.

Tierra del Vino de Zamora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre 643 hectáreas de viñedo, repartidas entre 46 municipios de la provincia de Zamora y 10 de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales la Tempranillo en tinta y Malvasía, Moscatel, de grano menudo, y Verdejo en blanca, mientras que

como uvas complementarias usan Garnacha y Cabernet-Sauvignon para los tintos, y Albillo, Palomino y Godello para los blancos. El Consejo Regulador certifica vinos blancos, claretes, rosados, tintos, reservas y grandes reservas, elaborados con uvas procedentes de viñedos con una edad media de 61 años.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 209 viticultores y 11 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 236.612 litros de vino, de los que el 43% se destina al mercado internacional.



Toro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de la Denominación de Origen es de 5.585 hectáreas de viñedo localizadas al sudeste de la provincia de Zamora, incluyendo algunos municipios de la provincia de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la Tinta de Toro, aunque se cultiva también Garnacha Tinta, y la variedades de uvas blancas Verdejo y Malvasía. Los vinos más característicos son los tintos, de fuerte color rojo, recios, plenos de aromas, con cuerpo y grado. Los blancos, de producción escasa, son de intensos y finos aromas. Los rosados, de color muy vivo y gran intensidad aromática, resultan frescos, ligeros y suaves.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.080 viticultores y 51 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 7,7 millones de litros de vino con Denominación de Origen Toro, de los que un 25% se destina a los mercados internacionales.

Utiel-Requena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación es de 35.438 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 9 municipios de la provincia de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la tinta Bobal, complementada con Tempranillo, Garnacha Tinta, Cabernet-Sauvignon y Merlot. En blancas, la principal es la Macabeo y se cultivan también Merseguera, Tardana y Chardonnay. Los vinos rosados son de color cereza o fresa, aromas vivos, frutales o florales, de gran plenitud. Los blancos son de color verde pajizo o dorados, aromas vivos, frutuosos, 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 Cencibel 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 13.000 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 12.000 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 Orotava 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



Vino de Calidad de
Valtiendas

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 8 términos municipales del norte de la provincia de Segovia, destacando Fuentidueña, Torreadrada, Aldeasoña, Fuentosoto 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-Isora, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Yecla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación abarca un área de 4.696 hectáreas de viñedo, localizadas exclusivamente en el término municipal de Yecla, en la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más abundante en la zona es la tinta Monastrell, complementada por Syrah y Garnacha. En uvas blancas predominan las variedades

Macabeo y Airén. El mayor volumen de producción corresponde a vinos tintos, de color granate rubí, que resultan suaves y cálidos al paladar y de escasa acidez. Los blancos y rosados son jóvenes y afrutados, aromáticos y frescos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 401 viticultores y 9 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 7,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen Yecla; el 90% de esta producción se canaliza hacia los mercados exteriores.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS



Se denominan “espirituosas” a las bebidas alcohólicas obtenidas por destilación de productos de origen agrícola, con al menos un 15% de volumen alcohólico. Por origen agrícola se entiende que la bebida ha sido obtenida por la destilación, previa fermentación, de uno o varios productos agrícolas como uva, cereales, remolacha, patata, caña de azúcar, etc.

El sector de las bebidas aportó a la economía española cerca de 7.600 millones de euros al año a efecto del PIB y su contribución tributaria se acercó en 2019 a los 1.458 millones de euros, de los que el 58% corresponde a los impuestos especiales sobre el alcohol y el 30% al IVA.

El sector utiliza unas 200.000 toneladas de materias primas de origen agrícola en la elaboración de las bebidas, de las cuales 97.000 toneladas son uvas; 10.000 toneladas cebada; 30.000 toneladas maíz; 62.000 toneladas hierbas aromáticas y 1.000 toneladas endrinas con las que se elabora el pacharán.

Según la estimación de la consultora Nielsen, la producción de bebidas espirituosas rondó los 187 millones de litros, cuando un año antes se habían superado los 200 millones (con datos hasta julio de 2019).

PRINCIPALES EMPRESAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y LICORES (fabricantes y comercializadores)

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A.	314,4
Grupo Osborne *	235
Diageo España, S.A.	217,6
Zamora Company Grupo	200
Maxxium España, S.L.	180
GRUPO Varma	160
Bacardi España, S.A.	150
González Byass, S.A.	85
Bodegas Williams & Humbert, S.A	80
Bodegas Fundador S.A (Grupo Emperador)	65

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

Los nuevos hábitos de consumo, unido a la situación política que se vivió en España en el año 2019, motivaron un descenso de las ventas de estas bebidas. La caída de ventas se apreció más en el canal HORECA que en el canal Alimentación, aunque en ambos casos se produjo una disminución con relación al año precedente. Asimismo, las ventas también se redujeron más en

el interior de España que en las costas, por la influencia del turismo.

Dentro del canal HORECA, el 58% de las ventas de bebidas espirituosas se produjo en los bares; el 25% en los restaurantes y el 17% en los locales de ocio nocturno, según estimaciones.

De todas las bebidas, el whisky fue de nuevo la más consumida (24% del total) y tras él se situaron los licores (cremas de licor, hierbas, pacharán, orujo, aguardiente, etc.), con una cuota de mercado de 21%; la ginebra (19,8% de cuota), el ron (14%), el brandy (9,5%), los anisados (6,1%), el vodka (4,8%) y el tequila (1%).

Durante 2019 se produjo una pequeña disminución de la demanda de todas las bebidas espirituosas, excepto de los licores. Dentro del segmento de whisky, las presentaciones “blended” fueron las más demandadas, con alrededor del 90% del total. El 10% restante se repartió en porcentajes similares entre el bourbon, whisky de malta y el whisky reserva. Asimismo, en el caso del ron, las variedades oscuras acapararon el grueso de las ventas frente a las blancas. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La asociación que representa a las empresas del sector a nivel nacional es la Federación Española de Espirituosos. Espirituosos España. La Federación forma parte de Spirits EUROPE (Confederación Europea de Fabricantes de Bebidas Espirituosas).

Según los datos de Espirituosos España, en el sector operan 3.800 centros de producción de los cuales 3.500 son destilerías artesanales. La región que cuenta con un mayor número de empresas es Galicia (3.565), seguida muy de lejos de Andalucía (69). Cataluña (69), Castilla y León (37), Canarias (26), Comunidad Valenciana (25) y Castilla-La Mancha (24).

El principal grupo fabricante y comercializador de bebidas espirituosas y licores en España registró unas ventas netas de más de 325 millones de euros en 2019, mientras que el segundo llegó hasta cerca de 215 millones de euros y el tercero rondó los 181 millones de euros.

Los cuatro grupos siguientes en el ranking de empresas también facturaron por encima de los cien millones y el resto fueron empresas con ventas por debajo de los 60 millones de euros.

En este sector, las marcas de distribución (MDD) no han conseguido una fuerte penetración y representan un porcentaje inferior al 9%. Además, su importancia parece tender a disminuir con el paso del tiempo. ■

COMERCIO EXTERIOR

Una de las mayores palancas de crecimiento para el sector de las bebidas espirituosas es el comercio exterior.

En términos generales, se estima que el 40% de la producción nacional se destina a la exportación y que las empresas españolas exportan por encima de la media europea del sector.

El valor de todas esas ventas fuera de nuestras fronteras (incluidas las de la UE) durante el ejercicio 2019 llegó a los 801,23 millones de euros, según datos de la Dirección general de Aduanas.

La partida principal de las exportaciones fue la de los aguardientes y licores (26% del total), seguida de la del brandy. En cuanto a los destinos, destacaron Filipinas (que importó bebidas por valor de 72 millones de euros), Alemania, México y Francia.

Las importaciones son también muy importantes, ya que una parte significativa de las bebidas espirituosas consumidas en España tiene un origen foráneo. En 2019, las compras de estas bebidas fueron superiores en valor a las ventas: 844,5 millones de euros.

De las importaciones totales en valor, el 35% correspondió al whisky, que en su mayor parte tiene origen escocés. Por su lado, el ron supuso el 17% de las importaciones y en este caso procedía de los países del Caribe. En cuanto a la ginebra, representó el 15% de las importaciones y el principal proveedor fue Reino Unido. ■

BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON MARCA DE CALIDAD

Las bebidas espirituosas constituyen un mercado importante para el sector agrícola de la Unión y la producción de estas bebidas está sólidamente vinculada a dicho sector.

En función de esta realidad, la Unión Europea reconoce y protege producciones con una marca de calidad diferenciada que las liga a su origen geográfico y a una determinada calidad y reputación.

Esas indicaciones geográficas están inscritas en los registros comunitarios. En total, la UE cuenta con 274

bebidas espirituosas con indicación geográfica, de las cuales 19 son españolas.

Entre esas indicaciones geográficas están, por ejemplo, el Ronmiel de Canarias, el Pacharán Navarro o el Anís de Chinchón (Madrid).

Según los datos de Espirituosos España, hay 240 empresas que elaboran sus bebidas al amparo de las Indicaciones Geográficas Protegidas y esas empresas sumaron una facturación de 135 millones de euros. ■

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 85,0 millones de litros de bebidas espirituosas y gastaron

400,0 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 1,8 litros de consumo y 8,7 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2019				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	85,0	1,8	400,5	8,7
BRANDY	4,1	0,1	38,8	0,8
WHISKY	6,5	0,1	88,6	1,9
GINEBRA	4,7	0,1	67,0	1,5
RON	3,2	0,1	39,7	0,9
ANIS	2,5	0,1	19,6	0,4
OTRAS BEBIDAS CON VINO	52,3	1,1	42,6	0,9
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	11,7	0,3	104,3	2,3



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

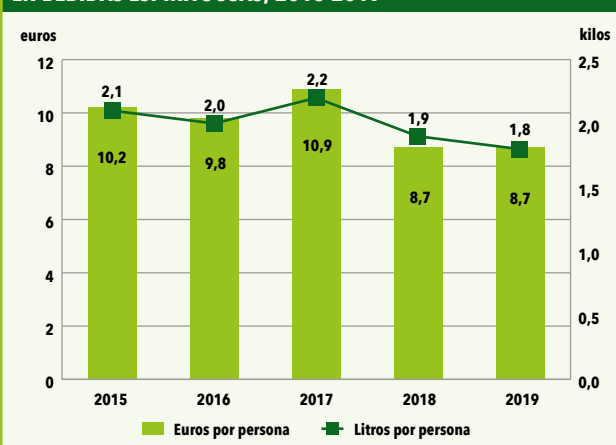
En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- 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 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bebidas espirituosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de más de 65 años, el consumo de bebidas espirituosas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas espirituosas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por cinco o más miembros.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas espirituosas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, retirados, y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales, entre las parejas jóvenes sin hijos y en el caso de los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, La Rioja, Comunidad Valenciana y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Castilla-La Mancha y Cantabria. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

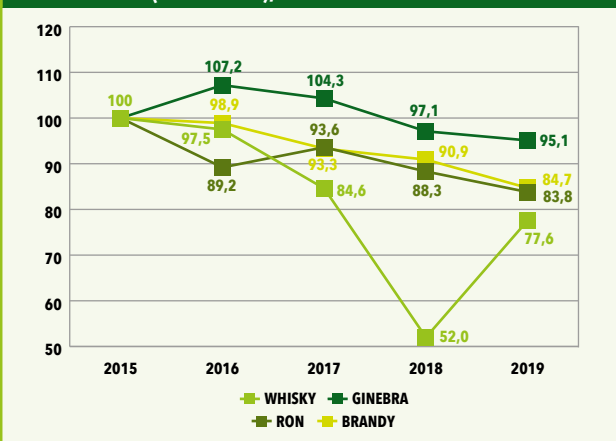
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto en bebidas espirituosas han sido estables, con alguna pequeña variación aunque en el último ejercicio se advierte un descenso (0,3 litros). En el periodo 2015-2019, el mayor consumo se produjo en 2017 (2,2 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2017 (10,9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2015-2019

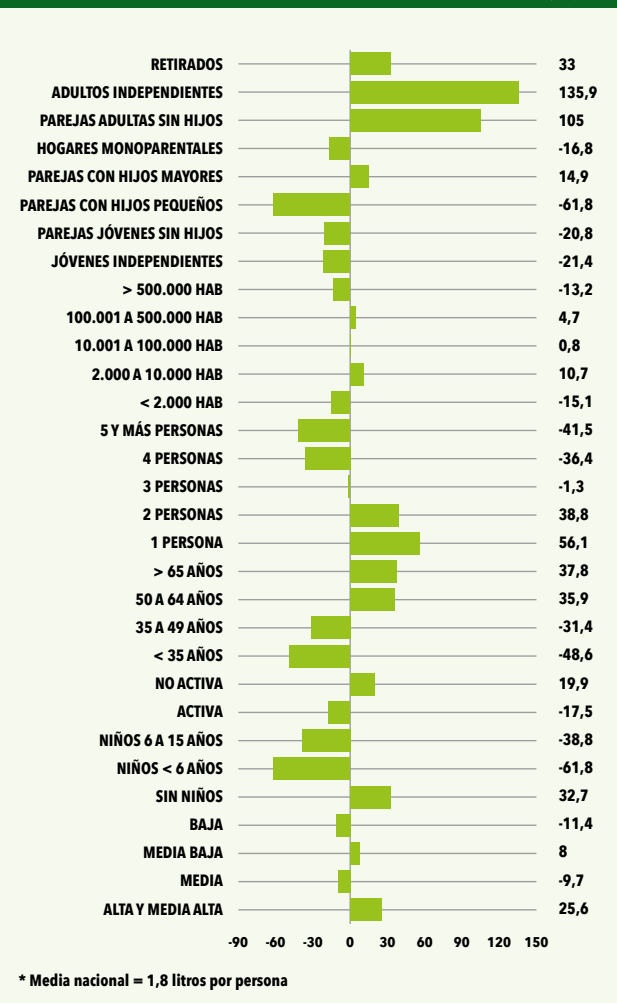


En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque todos en un contexto de retroceso. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de ginebra tiene el mejor comportamiento y, por el contrario, en ron, brandy y whisky se produce un descenso. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2015=100), 2015-2019



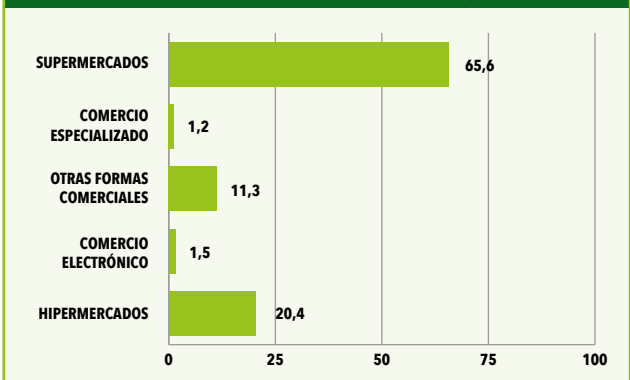
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (65,6% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 20,4%. Los establecimientos especializados representan el 1,2%, el comercio electrónico el 1,5% y, finalmente, otras formas comerciales alcanzan la cuota del 11,3% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BRANDY DE JEREZ
 ANÍS DE CAZALLA
 ANÍS DE OJÉN
 ANÍS DE RUTE
 RON DE GRANADA
 RON DE MÁLAGA

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

AGUARDIENTE DE SIDRA
 DE ASTURIAS *

CANARIAS

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RONMIEL DE CANARIAS *

BALEARES

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

PALO DE MALLORCA
 HIERBAS IBICENCAS
 GIN DE MAHÓN
 HERBES DE MALLORCA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

AGUARDIENTE DE ORUJO

CATALUÑA

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RATAFIA CATALANA *
 BRANDY DEL PENEDÉS *

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE
 ANÍS PALOMA DE MONFORTE DEL CID
 APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY
 CANTUESO ALICANTINO
 HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

ORUJO DE GALICIA
 AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA
 LICOR DE HIERBAS DE GALICIA
 LICOR CAFÉ DE GALICIA

LA RIOJA

REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

AGUARDIENTES
 BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES
 LICORES
 PACHARÁN

MADRID

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

CHINCHÓN

NAVARRA

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

PACHARÁN NAVARRO *

* Inscrita en el Registro de la UE





Aguardiente de Hierbas de Galicia

(Aguardiente 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/Aguardiente 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 estrella (40° a 55°). El Aperitivo-Café de

Alcoy se obtiene por maceración de café Arábica de tueste natural en alcohol de origen agrícola (15° a 25°). El Cantueso Alicantino se elabora con la destilación en alcohol de la flor y el pedúnculo de la planta del cantueso (25° a 35°). El Herbero de la Sierra de Mariola es un anisado que puede contener desde un mínimo de 4 hasta 16 plantas de las que se recolectan en esta sierra.

DATOS BÁSICOS: 7 empresas comercializan al año 222.000 litros de Aperitivo-Café de Alcoy, 72.500 litros de Cantueso Alicantino, 485.000 litros de Anís Paloma de Monforte del Cid y 57.700 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 36° y 45°.

DATOS BÁSICOS: Las 24 empresas inscritas comercializan una media anual de 9,2 millones de litros de brandy, de los que el 80% se destina a la exportación.

Brandy del Penedés

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de elaboración y envejecimiento del Brandy del Penedés está constituida por municipios en los que tradicionalmente se ha elaborado "Brandy del Penedés" y engloba por completo las comarcas del Alt Penedés y el Baix Penedés, así como un municipio del Tarragonés.

CARACTERÍSTICAS: El Brandy del Penedés es una bebida espirituosa de color ámbar a topacio con reflejos de oro viejo obtenido de aguardientes de vino que se envejecen en recipientes de roble. Presenta una graduación alcohólica mínima de 36% vol y un contenido de sustancias volátiles superior a 150 g/hl de alcohol a 100% vol. Presenta un aroma intenso y cálido donde se pueden encontrar vestigios de frutos secos, con un bouquet muy vivo, así como notas de especias como canela, vainilla o nuez moscada entre otras. En el paladar es rico en taninos, evolucionando hacia un final de boca persistente, en el cual se pueden manifestar los matices aromáticos del roble como por ejemplo recuerdos de caramelo, almendra tostada, vainilla, torrefactos. Es seco, fruto de su bajo contenido en azúcar ya que su contenido máximo de materias reductoras totales es de 20 g/l. Para su obtención se utiliza tanto la destilación continua como la discontinua, siendo esta última la destilación tradicionalmente más utilizada. El envejecimiento puede ser tanto estático como dinámico per en cualquier caso finaliza en recipientes de roble de menos de 500 litros, lo que permite un mayor contacto con la madera de roble que le aporta matices aromáticos.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figuran inscritas 3 empresas que elaboran y comercializan unos 400.000 litros de Brandy del Penedés. La práctica totalidad de la producción se destina a la exportación.

Gin de Mahón

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración amparada se encuentra limitada a la isla de Menorca, en el archipiélago balear. Como base fundamental para la elaboración del Gin de Menorca se utiliza una planta característica de la isla: el enebro.

CARACTERÍSTICAS: Esta bebida se obtiene por destilación de alcohol etílico de origen agrícola, bayas de enebro y agua. La destilación se realiza en alambiques de cobre en contacto directo con fuego de leña. Una vez finalizado este proceso se introduce el líquido en barricas de roble blanco tipo americano de 3 a 5 días para que adquiera un ligero sabor a madera. El Gin de Menorca es transparente, con sabor a enebro y una graduación alcohólica que oscila entre los 38° y 43°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figura inscrita una empresa, que produce y comercializa unos 312.905 litros anualmente. Un 3% de la producción se exporta.

Chinchón

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



ZONA GEOGRÁFICA:

Ampara la elaboración y embotellado de anises en el término municipal de Chinchón, en el suroeste 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.

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 matalahúga, matalahúga o anís verde. El producto así obtenido, alcoholato de anís, que lleva los aceites esenciales extraídos y destilados de la matalahúga, constituye la base para la elaboración de los distintos tipos y clases de Anís de Chinchón: Seco Especial, Extraseco, Seco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: La única empresa inscrita en el Consejo comercializa una media anual de 1,3 millones de litros de anís. El 15% se destina a la exportación.

Herbes de Mallorca

Hierbas de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege la elaboración y embotellado de hierbas exclusivamente en la isla de Mallorca.

CARACTERÍSTICAS: Hierbas de Mallorca es la bebida espirituosa tradicional obtenida por la mezcla de una bebida anisada con una solución hidroalcohólica aromatizada por maceración y/o destilación de plantas aromáticas como la hierbaluisa, manzanilla, naranjo, limonero, romero, toronjil e hinojo, todas ellas producidas en la isla de Mallorca.

El resultado es un producto de color verde con distintas intensidades y matices, detectándose diversos aromas que envuelven el olor del anís. Los intervalos de dulzor son muy amplios, lo que permite que cada consumidor encuentre el que desea. Se elaboran tres tipos de hierbas: dulces, mezcladas y secas.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 6 empresas elaboradoras que producen y comercializan 1,2 millones de litros, de los que una parte importante es comercializada con la Denominación Geográfica.

Hierbas Ibicencas

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona amparada se circunscribe a las islas de Ibiza y Formentera, en el archipiélago balear. Esta bebida espirituosa, cuya elaboración comenzó hace más de 200 años, se obtiene básicamente mediante la extracción de aromas de diversas plantas de esas islas como el hinojo, tomillo, romero, hierbaluisa, espliego, ruda, eucalipto, manzanilla, enebro, orégano, hojas y piel de limón y naranja y salvia, junto a la badiana y el anís verde o matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: Las plantas aromáticas mencionadas se tratan mediante maceración, destilación o ebullición añadiéndose azúcar (máximo 250 gramos por litro elaborado), alcohol etílico de origen agrícola y agua desmineralizada. El contenido de alcohol puede oscilar entre los 24° y 38° 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 Hierbas 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 37,5° y los 50°, 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

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica ampara la zona de elaboración delimitada por el ámbito geográfico de la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Es una bebida alcohólica, entre 25° y 30°, elaborada por el sistema de maceración de endrinas, frutos que transmiten su aroma, sabor afrutado y color rojo. Unas pinceladas suaves de anís terminan de armonizar sus cualidades organolépticas. La maceración oscila entre 1 y 8 meses. Se emplean entre 125 y 300 gramos de endrinas maduras por litro de pacharán y un contenido de azúcares de 80 a 250 gramos.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica figuran inscritas 6 empresas que elaboran una media anual de 3.368.216 millones de litros, 21.875 (exterior) y 3.390.091 (interior).

Palo de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Palo de Mallorca ampara la elaboración de esta bebida espirituosa en todo el ámbito geográfico de la isla de Mallorca, en la comunidad autónoma de Baleares.

CARACTERÍSTICAS: El Palo de Mallorca es un licor elaborado mediante la maceración de quina y genciana en una mezcla hidroalcohólica de alcohol etílico natural de origen agrícola. También se puede obtener por infusión de quina y genciana en agua, con adición posterior del alcohol hasta alcanzar la graduación requerida. Una vez finalizada la maceración o infusión de quina o genciana, y ya decantada, se le añade una disolución acuosa de sacarosa y azúcar caramelizado. En la última fase del proceso se incorpora alcohol y agua hasta obtener la graduación alcohólica permitida, entre 25° y 36°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Geográfica están inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan más de 64.252 litros anuales.

Ratafía Catalana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica ampara la producción y elaboración de esta bebida espirituosa tradicional en todo el territorio de Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: La Ratafía Catalana es un licor elaborado por una maceración hidroalcohólica de

nueces verdes con incorporación de una mezcla de plantas aromáticas maceradas o destiladas. Cada elaborador tiene su propia receta, pero como mínimo han de estar presentes la hierba luisa, la canela, el clavo y la nuez moscada. El tiempo mínimo de maceración de las nueces es de tres meses. Una vez obtenido el macerado, se decantan los líquidos, se añade azúcar, alcohol y agua hasta la graduación alcohólica conveniente que está comprendida entre 24 % vol. y 30 % vol. Se puede utilizar azúcar caramelizado para conseguir la coloración característica del color caramelo. El producto resultante se somete a envejecimiento durante un período mínimo de tres meses en recipientes de madera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figuran inscritas 3 empresas que elaboran y comercializan unos 50.000 litros de Brandy del Penedès. La totalidad de la producción se destina al mercado interior

Ronmiel de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Ronmiel de Canarias ampara la producción y elaboración de este licor tradicional en toda la comunidad autónoma de Canarias.

CARACTERÍSTICAS: La elaboración del ronmiel protegido se lleva a cabo mediante la mezcla de ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados, agua potable, azúcares, extractos vegetales (aromas) y miel. El producto es de color del oro viejo al caoba intenso, capa media, limpio y brillante. Su sabor es intenso, dulce, untuoso, suave al paladar, de retrogusto muy agradable con aroma caramelizado, miel, con notas a ron y extractos vegetales. Su aspecto es traslúcido, exento de impurezas y de partículas en suspensión. Se podrá utilizar la mención Selecto cuando las materias primas (ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados y miel) sean de origen canario. La graduación alcohólica mínima es del 20% del volumen y una máxima del 30%.

DATOS BÁSICOS: La producción de Ronmiel de Canarias ronda los 1,5 millones de litros anuales, de los cuales unos 46.000 l. se destinan a su exportación.

SIDRA

Desde hace varios años, el mercado de la sidra en España está registrando un significativo crecimiento, gracias al aumento del consumo nacional y extranjero. Los cambios en los gustos del consumidor hacia bebidas más naturales y con menos alcohol, unido a la irrupción de nuevas presentaciones y sabores, han hecho posible este cambio de tendencia en positivo.

Además, también ha influido mucho la desestacionalización del consumo de sidra achampanada, que antes estaba muy unido a las fiestas navideñas y ahora se consume durante todo el año.

España es el quinto productor de sidra de Europa, superado por Reino Unido, Francia, Irlanda y Alemania. Por su lado, Estados Unidos es el máximo productor mundial de sidra.

En 2019, las ventas de sidra en hipermercados y supermercados crecieron de nuevo tanto en volumen como en valor. Según datos de la consultora IRI (datos interanuales a mayo 2019), se comercializaron 21,28 millones de litros por un valor de 51,83 millones de euros, lo que representó un incremento de 22% en volumen y del 32,6% en valor, con respecto al mismo período del año anterior. Al buen funcionamiento de las ventas de sidra ha contribuido el desarrollo de las marcas de distribución (MDD), que en el último ejercicio computado crecieron hasta lograr cuotas del 10,8% en volumen y del 13,6% en valor, según la consultora IRI.

Esta positiva tendencia también se observa en los datos del Panel de Consumo que elabora cada año en Ministerio de Agricultura. En 2019 el consumo de sidra representó el 1,1% de todas las bebidas frías consumidas en los hogares, y el consumo per cápita fue de 0,9 litros, superior al de un año antes.

Según datos de la consultora IRI, en 2019 la sidra achampanada volvió a ser la variedad más popular y acaparó el 75% del total en volumen, pues experimentó unos crecimientos espectaculares tanto en volumen como en valor. Por su parte, la evolución de la sidra natural fue positiva también, pero menos que la de la sidra achampanada.

Una parte de la producción nacional de sidra está amparada por marcas de calidad. La más antigua es la Denominación de Origen Protegida (DOP) Sidra de Asturias, que lleva varios ejercicios batiendo sus propios récords de

venta. En 2019, las ventas de la Denominación llegaron a 4,79 millones de botellas, un 27% más que en el año anterior. Ese año, el Consejo Regulador entregó más de un millón de etiquetas por encima del año precedente y los lagares registrados produjeron 6 millones de litros de sidra, un volumen considerado histórico.

Más reciente es la aparición de una sidra con certificado de calidad en el País Vasco: la DO Euskal Sagardoa. En su segundo año de actividad, la producción de sidra casi se triplicó hasta alcanzar los 3,2 millones de litros. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de sidra en nuestro país está experimentando grandes cambios en los últimos años. Tradicionalmente, la sidra natural era elaborada por pequeñas empresas de carácter semiartesanal, pero durante los últimos años, tanto en el sector de la sidra natural como en el de la achampanada, donde sí existían grupos más potentes con una fuerte presencia internacional, se han producido fuertes procesos de concentración y también han entrado operadores extranjeros, relacionados con las importaciones.

La primera empresa del sector es el Grupo El Gaitero, que registra unas ventas de casi 18,6 millones de euros en el ejercicio 2019. El grupo es líder indiscutible en el sector, pues según datos de la consultora IRI representaba en el último ejercicio el 27% del volumen vendido y el 26% del valor de esas ventas. El segundo lugar en el ranking por facturación también lo ocupa un grupo, cuyas ventas totales (incluidas las de otras producciones) rondaron los

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo El Gaitero	18,6
Eva Group *	17,5
Custom Drinks, S.L *	11,9
Manuel Busto Amandi, S.A.	8
Sidras Kopparberg S.A	5,1
Sidra Menéndez, S.L.	4,3
Sidra Trabanco, S.A.	3,7
SAT Zapiain	2,5
Sidra Cortina Coro, S.L.	2,4
Sidra Angelón, S.L	1,8

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

17,5 millones de euros en el último ejercicio y la tercera empresa facturó casi 12 millones de euros, entre los que también se incluyen los resultados de las ventas de otros productos distintos a la sidra.

A partir de estas tres primeras empresas, las facturaciones anuales de las diez primeras empresas en el sector de la sidra van de los 8 millones a 1,5 millones de euros. Entre esas diez empresas se encuentra la importadora sueca Sidras Kopparberg, que lleva años introduciendo sidras en el mercado nacional y tiene una gran cuota de mercado porque abastece a la demanda extranjera fundamentalmente.

También destaca por su cuota de mercado Sidras Menéndez, que está invirtiendo en mejorar sus instalaciones y en producir sidra con un doble sello de calidad: DOP Sidra de Asturias y producción ecológica. En la DOP Sidra de Asturias están inscritos 31 lagares, 322 cosecheros y 843 hectáreas de manzanos.

Por su parte, en la marca de calidad DO Euskal Sagardoa hay 48 sidreros, que sacan al mercado 60 sidras distintas. ■

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 16,0 millones de litros de sidra y gastaron 40,0 millones de

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de sidra que realiza España están motivadas por la demanda del turismo. Muchos de los turistas que cada año viene a nuestro país están acostumbrados a consumir sidras, lo que hace que las importaciones tiendan a cubrir esas demandas. Se estima que anualmente se importan cerca de 6 millones de litros de sidra desde países como Suecia, Reino Unido, Irlanda o Francia.

Por su lado, las exportaciones españolas de sidra han crecido de manera significativa durante los últimos años. Tradicionalmente se enviaban algunas partidas de sidra achampanada a países con mucha población migrante o descendiente de migrantes españoles, como Cuba, República Dominicana, México o Venezuela.

Los dos grupos españoles más importantes del sector han comenzado a exportar a Estados Unidos y también a países como Bélgica, Holanda y Francia, aunque en pequeñas cantidades. ■

euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,3 litros de consumo y 0,9 euros de gasto. ■

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SIDRA	16,0	0,3	40,0	0,9



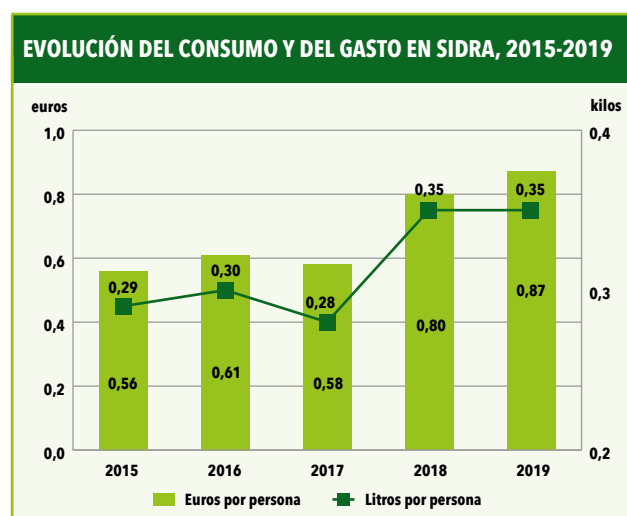
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

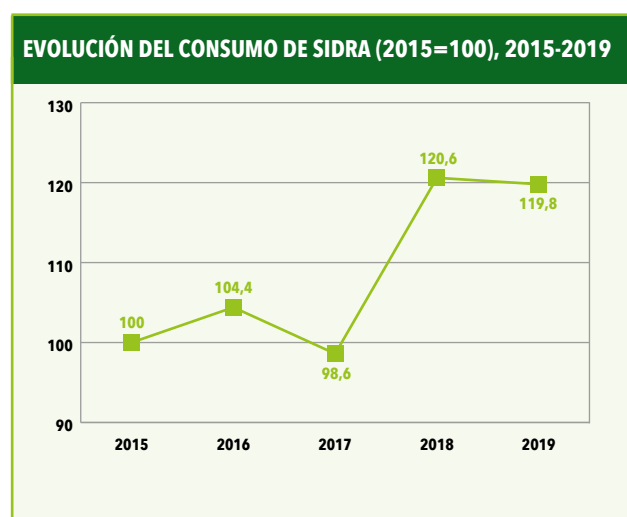
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sidra es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sidra es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona de menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sidra, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que residen en el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos menores de 100.000 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sidra, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menores 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, jóvenes y adultos independientes y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas con hijos mayores y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Cantabria y Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Baleares y Cataluña. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

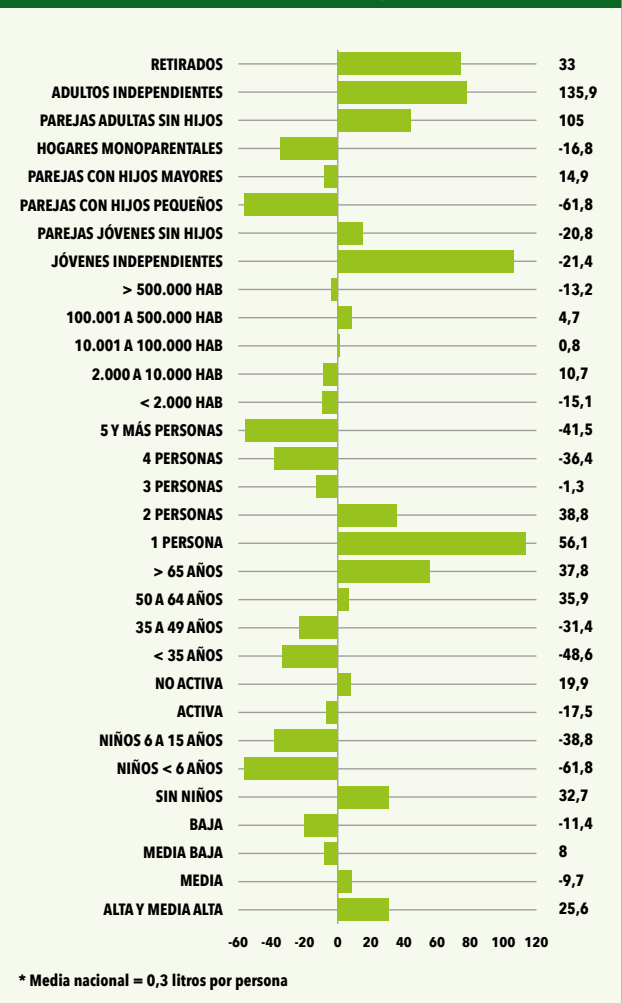
Durante los últimos cinco años, el consumo de sidra se ha mantenido estable mientras que el gasto ha experimentado un ascenso de 0,31 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo más elevado se produjo en el año 2018 (0,35 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2019 (0,87 euros por consumidor).



En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sidra durante el periodo 2015-2019, y respecto a la demanda de 2015, se observa una caída en el año 2017, y un ascenso notable en los ejercicios 2018 y 2019. ■



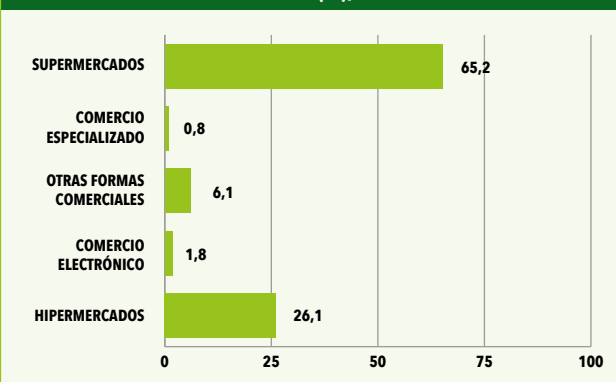
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SIDRA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (65,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 26,1% y los establecimientos especializados llegan al 0,8% y el comercio electrónico al 1,8%. Las otras formas comerciales concentran el 6,1% restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS

ASTURIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

SIDRA DE ASTURIAS *

PAÍS VASCO

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKO LABEL

SIDRA GORENAK

* Inscrita en el Registro de la UE

Sidra de Asturias (Sidra d'Asturies)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito amparado es la comunidad autónoma de Asturias. Los lagares se encuentran en Oviedo, Gijón y Villaviciosa, principalmente.

Como concejos productores de manzana de sidra destacan los dos

últimos más Siero, Colunga, Nava, Llanes, Langreo, Piloña, Cangas de Onís, Onís y Caravia.

CARACTERÍSTICAS: La sidra es el producto resultante de la fermentación del mosto natural fresco de manzana de sidra, que contiene exclusivamente gas carbónico de origen endógeno. Su graduación alcohólica mínima es de 4,5°. Se elaboran tres tipos de sidra: la natural, de escanciado tradicional; la denominada de nueva expresión, filtrada y clarificada, y la espumosa, que se elabora a partir de 22 tipos de manzana.

DATOS BÁSICOS: La superficie destinada al cultivo de manzano de sidra con DOP supera las 582 hectáreas. Se encuentran inscritos más de 272 productores y 23 empresas elaboradoras de sidra natural. La producción media anual es de 9,5 millones de litros, de los que se comercializan 2,8 millones de litros con DOP.

VERMÚ

El mercado nacional del vermú está experimentado un gran crecimiento en los últimos años, provocando un aumento de la producción. El auge del tapeo, unido a que muchos jóvenes han hecho suya esta bebida, son las causas de este desarrollo.

Para producir el vermú en España, se utilizan como base anualmente unos 400.000 hectolitros de vinos blancos en su casi absoluta mayoría. La comarca catalana del Penedés aporta un 30% de todos esos vinos, mientras que el restante 70% proviene de Castilla-La Mancha.

El sector empresarial del vermú está formado por unos 30 grupos, pero los 10 que forman la Asociación Española de Elaboradores y Distribuidores de Vermouth (ANEV) controlan en torno al 80% de todo el mercado. Los principales operadores del sector son algunos expertos de capital español, junto a grandes multinacionales de origen italiano.

Anualmente se consumen en nuestro país alrededor de 35 millones de litros de vermú, básicamente durante la hora del aperitivo. En Madrid y Barcelona se registran los mayores niveles de consumo de esta bebida.

La balanza comercial es netamente positiva para este sector, a pesar de que en los últimos años han descendido las exportaciones. En 2019 se vendieron en el exterior, tanto envasado como a granel, 51,6 millones de litros de vermú y se importaron 18 millones de litros. Comparando estos volúmenes con los del año anterior se produjo una caída del 20% en las exportaciones y un aumento del 5,8% en las importaciones. ■



BEBIDAS REFRESCANTES



Las bebidas refrescantes son bebidas sin alcohol, compuestas fundamentalmente por agua a la que se le añaden otros muchos ingredientes que dan lugar a distintos productos y sabores, según la Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA) que aglutina a la mayor parte de las empresas del sector.

Las especificaciones y denominaciones para bebidas refrescantes se recogen en el Real Decreto 650/2011, de 9 de mayo, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria para estas bebidas.

Las bebidas refrescantes tienen un fuerte arraigo social y un destacado lugar dentro de la economía española, por su vinculación con otros sectores como la agricultura, la hostelería, la distribución o el turismo.

El sector industrial español destaca por su diversidad de marcas y productos, así como por su capacidad de innovación. A este respecto, según datos de ANFABRA existen en el mercado nacional cerca de 2.000 referencias de bebidas refrescantes.

A lo largo del proceso que va desde la producción del refresco hasta que llega al consumidor, intervienen pro-

veedores de materias primas, envases, logística, distribución, análisis de mercado, publicidad y muchos más. Así, se estima que por cada empleo creado en la industria se generan otros siete de manera indirecta.

El impacto económico de este mercado se calcula en unos 3.810 millones de euros anuales.

En 2019, el mercado de bebidas refrescantes se mantuvo muy estable. La producción estuvo en torno a los 4.400 millones de litros, menos de un 1% por encima de la del año anterior. Hay que recordar que 2018 fue un buen año para el sector, pues se consiguió aumentar la producción por el positivo comportamiento de la hostelería, el turismo y la favorable climatología.

Otro aspecto a destacar en el balance de 2019 es el continuado crecimiento de las ventas de los refrescos sin azúcar y bajos en calorías, que ya superan más de un tercio de las ventas totales del sector.

Las bebidas refrescantes con gas acaparan la mayor parte del mercado, tanto en valor como en volumen. Del volumen total de ventas en 2019, se estima que un 79% fueron refrescos con gas y dentro de estas bebidas, el segmento

de los refrescos de cola son los más importantes, con una cuota del 52% del total en volumen, un 3,8% más que en el año anterior.

Por detrás de los refrescos de cola se situaron las bebidas isotónicas (un 6,7% del volumen total, con un crecimiento del 3,2); los refrescos de té (4,8% del total y un crecimiento del 3,7%); las gaseosas (4,6% de las ventas totales y un descenso del 3,3% con respecto al año precedente); las tónicas (3,3% de las ventas totales, un 0,5% más que un año antes) y las bebidas energéticas (3% de cuota de mercado y 12% más que un año antes). El resto del mercado lo formaron las aguas con sabor y el resto de las bebidas con y sin gas.

Una apuesta importante del sector está siendo la disminución de azúcar en sus productos. En los últimos 15 años se ha reducido el azúcar presente en los refrescos más de un 30%, lo que muestra una apuesta clara por presentaciones más saludables.

A este respecto, la industria del refresco está orientando su oferta hacia bebidas más complejas, que funcionan bien para un consumidor adulto preocupado por la salud y el bienestar.

Precisamente, el crecimiento de ventas en la categoría de los refrescos de cola vino de la mano de las bebidas “zero” azúcar y “light”. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Uno de los rasgos más característicos de la estructura empresarial del sector de las bebidas refrescantes es el predominio de grandes grupos multinacionales en los primeros escalones del ranking.

No obstante, junto a estos enormes operadores internacionales que dominan el mercado aparecen algunas grandes empresas españolas de sectores afines (vino, aguas, lácteos, etc.), que incursionan con éxito en este mercado y consolidan líneas de negocio muy importantes.

El grupo principal tuvo una producción que supera el 50% del total del sector y unas ventas de casi 2.785 millones de euros, con un incremento interanual del 1,5%.

El segundo grupo por ventas llegó a facturar unos 406 millones de euros, tras un retroceso de 19 millones con respecto a sus resultados del año 2018. Por su lado, también bajó la facturación del tercer grupo productor hasta los 380 millones de euros y la del cuarto aumentó un 19% hasta los 282 millones de euros.

En este sector de los refrescos, las marcas blancas o de distribuidor (MDD) son menos importantes que en otros, aunque su posición depende mucho de los diferentes segmentos del mercado. Por ejemplo, en gaseosas llegan a alcanzar hasta el 65% del mercado. ■

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de bebidas refrescantes no es muy importante debido sobre todo a que los elevados costes de transporte no hacen aconsejable el comercio. También, hay que tener en cuenta que al tratarse de un mercado dominado por grandes grupos multinacionales, muchos movimientos entre diferentes filiales de un mismo operador no quedan reflejadas en ninguna estadística de comercio.

Se considera que las importaciones de bebidas refrescantes están muy relacionadas con las ofertas de algunas grandes cadenas de la distribución alimentaria. Un cálculo aproximado cifra esas importaciones en torno a los 80 millones de euros anuales. La práctica totalidad de las partidas importadas proviene de otros países de la Unión Europea.

Por lo que respecta a las exportaciones de refrescos, son todavía menos importantes que las importaciones y se sitúan en unos 40 millones de euros anuales. Una estrategia seguida por algunas de las grandes empresas españolas de refrescos es la de instalar plantas de producción cerca de grandes núcleos de consumo en otros países. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS REFRESCOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
COCA COLA Iberia Partners*	2.784
Orangina Schweppes España*	405,9
Pepsico Bebidas Iberia*	380
Font Salem (Grupo Damm)*	282
Refrescos Iberia	140
J. García Carrión	s/d
Red Bull España*	100
Ahembo*	90
Refrescos del Atlántico	30
Agua Mineral San Benedetto, S.A	28,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

*Incluye la facturación de otras producciones.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES

Durante el año 2019, los hogares españoles consumieron 1.791,8 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.513,4 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 38,8 litros de consumo y 32,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (35,8 litros por persona y año), y dentro de ellas, los con-

sumos más elevados se registran en los refrescos de cola (18,1 litros per cápita), seguido de los refrescos de naranja (4,3 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 3,0 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 97,3%, con un total de 32,8 euros por persona, mientras que la gaseosa representa menos del 3%, con 0,9 euros por persona. ■

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2019

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	1.791,8	38,8	1.513,4	32,8
GASEOSAS	139,2	3,0	40,5	0,9
BEBIDAS REFRESCANTES	1.652,5	35,8	1.472,9	31,9
NARANJA	198,2	4,3	130,6	2,8
LIMÓN	121,7	2,6	76,3	1,7
COLA	832,6	18,1	739,8	16,0
NORMAL	330,2	7,2	297,9	6,5
LIGHT	363,8	7,9	310,8	6,7
SIN CAFÉINA	14,9	0,3	15,4	0,3
LIGHT SIN CAFÉINA	123,8	2,7	115,7	2,5
BEBIDA REFRESCANTE TÓNICA	38,5	0,8	57,4	1,2
BEBIDA REFRESCANTE TÉ Y CAFÉ	93,8	2,0	105,5	2,3
BEBIDA REFRESCANTE ISOTÓNICA	129,1	2,8	151,4	3,3
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	238,7	5,2	211,9	4,6
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	112,3	2,4	101,2	2,2



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

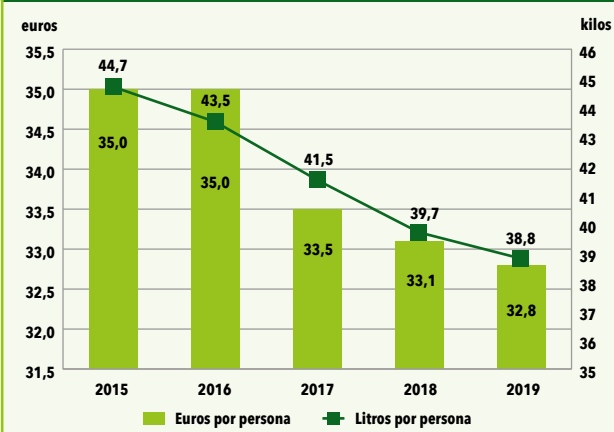
En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2019 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes y gaseosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene de 35 a 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los índices más reducidos se registran en los núcleos familiares formados por 4 miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de gaseosas y bebidas refrescantes, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menores de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, con independencia de su edad y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y entre los retirados.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, Castilla-La Mancha y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y La Rioja. ■

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

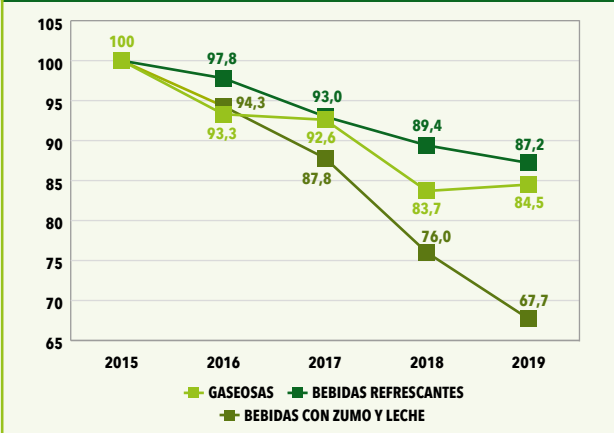
Durante los últimos cinco años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes ha caído 5,9 litros por persona y el gasto se ha reducido en 2,2 euros per cápita. En el periodo 2015-2019, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2015 (44,7 litros y 35,0 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES, 2015-2019

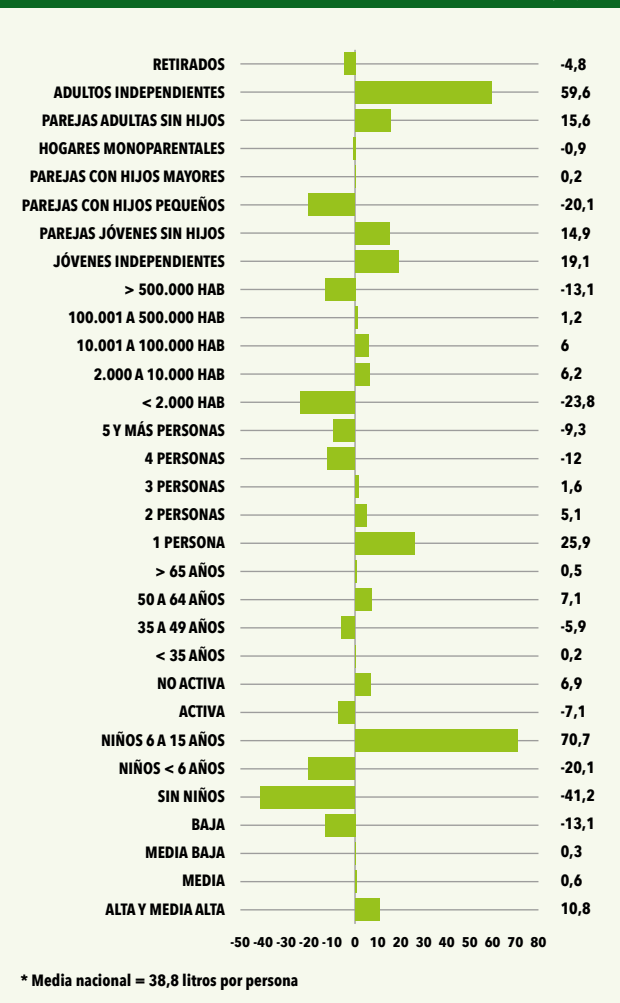


En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2015-2019 ha sido similar para todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2015, el consumo de bebidas con zumo y leche, bebidas refrescantes y gaseosas sufren un descenso acusado. ■

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2015=100), 2015-2019



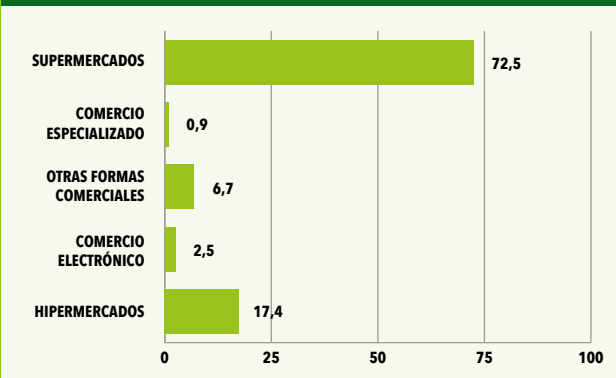
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2019 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (72,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 17,4%, el comercio especializado el 0,9%, el comercio electrónico del 2,5% y, finalmente, otras formas comerciales representan el 6,7% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2019



AGRICULTURA ECOLÓGICA



Biomarket, ubicado en Mercabarna, es el primer mercado mayorista de España especializado en alimentación ecológica. Inaugurado en noviembre de 2020

La producción ecológica, también denominada biológica u orgánica, es un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales y la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos, a partir de sustancias y procesos naturales.

Como distintivo para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos, todas las unidades envasadas deberán llevar impreso el logotipo de la Unión Europea y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto ecológico, además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.

La producción ecológica se encuentra regulada en España desde 1989. En 1993 entró en aplicación el primer

Reglamento comunitario que fue sustituido por el actual Reglamento 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, desarrollado por los Reglamentos de la Comisión, 889/2008 y 1235/2008”.

En 2018 se publicó el nuevo Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo (CE nº 2018/848), sobre la producción ecológica y el etiquetado de los productos ecológicos. El reglamento entrará en vigor el 1 de enero de 2021 y favorecerá la armonización del modelo de producción de la Unión Europea, aumentando la confianza de los consumidores en los productos ecológicos. ■

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2019

Todos los estudios disponibles indican el gran dinamismo del mercado de productos ecológicos. Se considera que desde 2014 las ventas crecen en más de un 10%

anual y que en el último ejercicio superaron los 2.000 millones de euros, duplicando el dato registrado cinco años atrás.

De acuerdo con la información que facilita el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), en 2019 la superficie inscrita en agricultura ecológica llegó hasta casi 2,35 millones de hectáreas, lo que supone un importante incremento interanual del 4,8%.

España ocupa el primer lugar en superficie de agricultura ecológica de la Unión Europea y quinto mundial. Un 85,3% de esa superficie se encontraba en 2019 calificado; un poco más de un 8,1% aparecía en conversión y un 6,5%, en su primer año de prácticas.

Andalucía acaparaba el 45,2 % de todas las tierras en agricultura ecológica de España, seguida por Castilla-La Mancha (15,5%), Cataluña (9,7%), Comunidad Valenciana (5,4%), Extremadura (4,4%), Murcia (3,6%), Navarra (3,6%), Aragón (2,8%), Castilla y León (2,5%), Baleares (1,6%), Galicia (1,5%), Asturias (0,6%), Madrid (0,5%), Canarias (0,3%), País Vasco (0,2%), La Rioja (0,2%) y Cantabria (0,1%).

En la ganadería ecológica estaban registradas en 2019 cerca de 7.800 explotaciones ganaderas, cifra menos que la de un año antes. Andalucía acumulaba el mayor número de explotaciones ganaderas ecológicas, seguida por Cataluña.

Por orientaciones productivas, las más importantes en 2019 eran las explotaciones bovinas (48% del total), seguidas por las de ovino (26%), caprino (8,7%), équidos (5,8%), aves de corral (5,5 %), apicultura (3,5%), porcino (2%) y cría de caracoles (0,1%).

La cabaña ganadera ecológica estaba compuesta principalmente por animales de la especie bovina (203.435 bóvidos de carne y 12.367 de leche), ovina (553.758 ovinos de carne y 41.117 de leche) y aves (833.937 gallinas de puesta, 968.4937 pollos de carne y 33.824 otras aves), pero también había representación de las cabañas caprina, avícola, porcina, cunícola y helicícola (caracoles).

La producción de carne ecológica en 2019 superó en volumen las 41.265 toneladas, de las cuales 26.091 eran carne de vacuno y 9.490 toneladas, de ovino. Igualmente, se produjeron en 2019 casi 6.340 toneladas de peces, moluscos y crustáceos procedentes de la acuicultura ecológica.

Otras producciones significativas en 2019 fueron las cerca de 56.165 toneladas de leche cruda ecológica (el



72% de leche de vaca), 26.344 toneladas de leche para consumo directo; las 738 toneladas de quesos; las 3.095 toneladas de leche acidificada; las más de 12,5 millones de docenas de huevos y las 1.133 toneladas de miel ecológica producidas ese año. ■

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Aunque hay varios grandes grupos de alimentación que tienen sus líneas de producción de alimentos ecológicos, el sector empresarial está formado básicamente por pequeñas y medianas empresas. La primera entidad en el

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Lácteos Industriales Agrupados, S.A. *	97
Liquats Vegetals, S.A. *	65,80
Frías Nutrición, S.A. *	61,00
Almendras de Andalucía, S.L.*	52,00
Herbex Iberia, S.L. *	49,90
Frunet, S.L. *	37,50
Soria Natural, S.A. *	32,00
Martínez Nieto, S.A. *	27,00
Laboratorios Almond, S.L. *	29,00
Nutriops, S.L. *	15,50

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019.

* Incluye la facturación de otras producciones.

ranking facturó por debajo de los 95 millones de euros, mientras que la segunda finalizó el ejercicio con una facturación inferior a los 65 millones de euros y la tercera no llegó a los 60 millones de euros.

En 2019 se encontraban registrados 49.918 operadores (un 7% más que un año antes). De esta cifra total, 41.838 eran productores y de éstos últimos, 36.704 productores agrícolas (el resto eran ganaderos y agrarios). Además, había también al acabar el año 2.292 comercializadores de alimentos ecológicos, una cifra superior a la del año precedente. El 78,7% estaba compuesto por mayoristas, el 21,2% por minoristas y el restante 0,1% por otros operadores. También aparecían en los registros de la agricultura ecológica casi 5.230 elaboradores y transformadores, 364 importadores y 137 exportadores. Por último, las entidades de producción acuícola ecológica eran 57. ■

INDUSTRIAS ECOLÓGICAS

Según datos del MAPA, dentro de la industria en 2019 el grupo más importante (8.275 entidades en 2019) fue el de las actividades ligadas a la producción vegetal y dentro de éstas, las industrias de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, ya que representaron el 36,7% del total.

A continuación, estaban las industrias de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (22,7%), las de elaboración de bebidas (16,8%), las de elaboración de aceites y grasas vegetales (12,7%), las de elaboración de productos de panadería y farináceos (8,4%), las de fabricación de piensos (1,5%) y las de fabricación de productos de molinero, almidones y productos amiláceos (1,2%).

Además de todas éstas empresas, se encontraban en actividad 1.260 empresas ecológicas relacionadas con las producciones animales, un 12% más que en el año anterior. Dentro de este grupo de empresas ganaderas, las más numerosas eran las de elaboración de otros productos de origen animal (40,9% del total), seguidas por las de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos (38%), las de elaboración de productos lácteos (15%), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (6%) y las de elaboración de aceites y grasas animales (0,7%).

Andalucía contaba en 2019 con el 32,5% de todas las industrias ecológicas del país. La siguiente región con



mayor número de empresas fue Comunidad Valenciana (21%), Cataluña (17%), Castilla-La Mancha (10,4%), Murcia (5,5%), Castilla y León (4,2%), Galicia (3,3%), Baleares (2,7%), Aragón (2,8%), Madrid (2,6%), Extremadura (2,3%), País Vasco (2,5%), Canarias (2,5%), Navarra (2,1%), La Rioja (1,6%), Asturias (1,5%) y Cantabria (1,1%). ■



ANDALUCÍA



En Andalucía hay más de 1.024.420 hectáreas en agricultura ecológica, de las que casi el 91% está calificado, el 2,5% aparece en conversión y el 6,5% se encuentra en su primer año de prácticas. Los cultivos en tierras arables ocupan 147.298 hectáreas y los cultivos permanentes otras 181.367 hectáreas. Entre los primeros destacan los cereales (67.492 hectáreas), mientras que entre los segundos el más importante es el olivar (77.287 hectáreas).

En Andalucía hay más de 11.910 productores agrícolas ecológicos, casi 1.120 ganaderos y 1.425 mixtos. Además, están activas 3 entidades de producción acuícola ecológica, 795 elaboradores, 307 comercializadores ecológicos, 71 importadores y 42 exportadores. En la ganadería ecológica andaluza hay 2.266 explotaciones de bóvidos de carne (107.700 cabezas), 1.412 explotaciones de ovino de carne (370.760 cabezas) y 43 de ovino de leche (9.510 cabezas), 64 explotaciones de porcino, 320 de caprino de carne, 117 de caprino de leche, 224 de équidos, 83 de apicultura y 39 de gallinas de puesta. Las industrias ecológicas relacionadas con producciones vegetales son 2.127, de las que 933 se dedican a la manipulación de frutas y hortalizas y 431 al aceite. Las industrias ecológicas vinculadas a la producción animal son 331 entre las que destacan 112 dedicadas a la producción y conservación de productos cárnicos. La producción acuícola ecológica es de casi 1.800 toneladas (96,6% esturión). ■

ARAGÓN

En Aragón hay 60.327 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 84,2% está calificado, el 5,6% en conversión y el restante 10,2% en su primer año de prácticas. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extienden por



casi 40.050 hectáreas y los permanentes por otras 8.310. Entre los primeros destacan los cereales (19.125 hectáreas) y en los segundos el olivar (3.377 hectáreas).

Se encuentran en actividad 749 productores agrícolas ecológicos, 3 ganaderos y 41 mixtos. Además, hay 115 elaboradores y 20 comercializadores ecológicos. En la ganadería ecológica están activas 42 explotaciones, de las que 19 son de ovino de carne (11.760 cabezas), 8 de vacuno de carne (1.230 cabezas), 3 de caprino de carne (1.460 cabezas), 3 de porcino (1.310 cabezas), y 7 de gallinas de puesta (35.620 animales). Las industrias ecológicas de Aragón relacionadas con las producciones vegetales son 177, entre las que destacan las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (70), las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (44) y las de elaboración de bebidas (27). Además, hay otras 27 industrias ecológicas vinculadas con las producciones animales, de las que 14 se dedican a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos y 11 a la elaboración de otros productos de origen animal. ■

ASTURIAS



La superficie asturiana en agricultura ecológica supera las 13.264 hectáreas, de las que el 88,2% está calificado, el 6,7% en conversión y el restante 5,1% en su primer año de prácticas. La mayoría de la superficie ecológica está ocupada por pastos (12.797 hectáreas). En tierras

arables destacan 32 hectáreas de cereales y en cultivos permanentes hay 272 hectáreas de manzanos.

Hay 190 productores agrícolas ecológicos y 235 mixtos. Además, se encuentran en actividad 1 entidad de producción acuícola, 100 elaboradores, 1 importador y 174 comercializadores.

Asturias cuenta con 298 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 176 son de vacuno de carne (9.770 cabezas) y 40 de vacuno de leche (2.400 cabezas), 30 de ovino de carne (1.760 cabezas), 20 de caprino de carne (1.620

cabezas), 15 de équidos (253 cabezas) y 12 de apicultura (1.690 colmenas). Se producen más de 85 toneladas de plantas acuáticas ecológicas.

Aparecen inscritas 75 industrias vinculadas con las producciones vegetales ecológicas, de las que 28 son de manipulación y conservas de frutas y hortalizas, 15 son de elaboración de productos de panadería y 13 de bebidas. Aparte de éstas, hay 43 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacan 19 de elaboración y conservación de productos cárnicos, 14 de otros productos de origen animal y 7 de productos lácteos. ■

ISLAS BALEARES



La superficie de la agricultura ecológica en Islas Baleares se acerca a las 35.850 hectáreas, de las que el 82,2% está calificado, el 9,6% en conversión y el restante 8,2% en su primer año de prácticas. Entre los cultivos ecológicos destacan los cereales (3.750 hectáreas) y los frutos secos (3.480 hectáreas).

Hay 451 productores agrícolas ecológicos, 1 ganadero y 264 mixtos. Además, están registrados 77 elaboradores, 1 importador y 85 comercializadores.

En Islas Baleares hay 297 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 140 dedicadas al ovino de carne (15.250 cabezas), 47 al bovino de carne (260 cabezas), 30 al porcino (1.010 cabezas), 38 a la producción de huevos (6.970 gallinas) y 12 al caprino de carne (210 cabezas). Las industrias ecológicas baleares vinculadas a la producción vegetal son 165. Los grupos más importantes son los de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (41), elaboración de aceites y grasas vegetales (40) y elaboración de bebidas (32). También se encuentran en actividad otras 45 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 24 están dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos, 12 a la elaboración de productos lácteos y 9 a otros productos de origen animal. ■

CANARIAS



En Canarias hay algo más de 7.070 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 91% está calificado, el 4,7% en conversión y el restante 4,3% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan las casi 635 hectáreas de plataneras y subtropicales, 395 hectáreas de viñedos y 185 de hortalizas.

En esta comunidad están activos 1.273 productores agrícolas ecológicos, 10 ganaderos, 65 mixtos, 104 elaboradores y 70 comercializadores. Además, están en actividad 123 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 53 de producción de huevos (7.700 gallinas y 2,2 millones de huevos), 16 de ovino de leche (1.360 cabezas), 13 al caprino de leche (303 cabezas) y 24 a la apicultura.

Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales son 166, entre las que destacan 74 que trabajan con frutas y hortalizas frescas, 36 dedicadas a la elaboración de bebidas y 30 a la elaboración de otros productos. Además, hay otras 31 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 20 se dedican a diferentes productos alimenticios de origen animal, básicamente a manipulación y envasado de huevos, 8 a carnes y productos cárnicos y 3 a productos lácteos. ■

CANTABRIA



La superficie de agricultura ecológica en Cantabria se acerca a las 3.490 hectáreas, de las que el 73,7% está ya calificado, el 9,8% en conversión y el restante 16,5% en su primer año de prácticas. La mayor parte de esa superficie es de

permanentes, pero destacan 85 hectáreas de bayas cultivadas y 49 de hortalizas. Se encuentran en actividad 93 productores agrícolas ecológicos, 127 ganaderos y 13 mixtos, 74 elaboradores, 6 importadores y 9 comercializadores.

Aparecen registradas 146 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 68 de vacuno de carne (3.775 cabezas) y 24 de vacuno de leche (1.750 cabezas), 22 de équidos (455 cabezas), 10 de ovino de carne (400 cabezas), 10 de huevos (7.700 gallinas) y 8 de apicultura (1.115 colmenas).

Hay 47 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 42 con los animales. Entre las primeras destacan las de panadería (17), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (17) y las de elaboración de bebidas (8), mientras que entre las segundas las más numerosas son las de otros productos alimenticios (13), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (11), las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (10) y las lácteas (8). ■

CASTILLA-LA MANCHA



En Castilla-La Mancha hay 413.240 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 81,9% está calificado, el 13,2% en conversión y el 4,9%

en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los cereales (76.680 hectáreas), el olivar (64.445 hectáreas) y los viñedos (56.700). En esta comunidad hay 7.154 productores agrícolas ecológicos, 32 ganaderos y 179 mixtos. Además, están activos 2 entidades de producción acuícola ecológica, 428 elaboradores, 6 importadores, 1 exportador y 71 comercializadores. Están registradas 299 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 96 de ovino de carne (43.780 cabezas), 87 de vacuno de carne (5.995 cabezas), 34 de caprino de carne (5.125 cabezas) y 22 de caprino de leche (7.755 cabezas). Hay 833 industrias

ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 71 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (201), manipulación de frutas y hortalizas (197) y elaboración de aceites (167). En las segundas destacan las de otros productos alimenticios (46), de elaboración y conservación de productos cárnicos (13) y las lácteas (11). Se producen 18,5 toneladas de truchas ecológicas. ■

CASTILLA Y LEÓN

La superficie castellana y leonesa de agricultura ecológica llega a las 50.590 hectáreas, de las que el 61,9% está calificado, el 11,7% en conversión y el restante 26,4% en su primer año de prácticas. Los cultivos con mayores extensiones de producción ecológica son los de cereales (11.300 hectáreas), legumbres secas

(5.610 hectáreas), viñedos (5.055 hectáreas) y cultivos industriales (2.730 hectáreas). Hay 776 productores agrícolas ecológicos, 39 ganaderos y 55 mixtos. Además, están activos 162 elaboradores ecológicos, 2 importadores y 22 comercializadores.

Aparecen en actividad 105 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan las 34 de apicultura (22.800 colmenas), 24 de vacuno de carne (2.510 cabezas), 16 de huevos (50.940 gallinas), 7 de ovino de carne (4.095 cabezas) y 6 de caprino de leche (1.930 cabezas).

En Castilla y León hay 231 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 72 a animales. Dentro de las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (103), seguidas por las de otros productos alimenticios (49) y las de manipulación de frutas y hortalizas (37). Entre las segundas las más numerosas son las de otros productos cárnicos (32) y las de elaboración y conservación de productos cárnicos (23). ■



CATALUÑA

En Cataluña hay 210.820 hectáreas de agricultura ecológica, de las que un 79,1% está calificado, un 8,2% en conversión y el restante 12,7% en su primer año de prácticas. Destacan los cultivos de viñedos (16.680 hectáreas), olivar (8.395), cereales (5.870), y frutos secos (2.930 hectáreas). En Cataluña están activos 2.316 productores agrícolas ecológicos, 11 ganaderos y 661 mixtos. Además, aparecen inscritos 1.214 elaboradores, 110 importadores, 31 exportadores y 478 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 927 entre las que destacan 470 de vacuno de carne (40.570 cabezas), 109 de ovino de carne (46.610 cabezas), 90 de caprino de carne (6.030 cabezas), 97 de équidos (2.945 cabezas), 62 de huevos (148.270 gallinas) y 37 de pollos de carne (90.980 animales).

Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 1.055, a las que hay que añadir otras 252 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras sobresalen las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (261), las de elaboración de bebidas (254) y las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (247). En las segundas hay 145 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos y 73 elaboradoras de otros productos de origen animal. ■



COMUNIDAD VALENCIANA



En la Comunidad Valenciana están registradas 114.510 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 83,5% está ya calificado, el 14,1% en conversión y el restante 2,4% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos por extensión son los

viñedos (11.630 hectáreas), los frutos secos, sobre todo almendras (9.250 hectáreas), el olivar (4.610) y los cereales (3.600 hectáreas). Hay 2.255 productores agrícolas ecológicos, 14 ganaderos y 19 mixtos, además de 3 entidades de acuicultura ecológica, 467 elaboradores, 71 importadores, 32 exportadores y 306 comercializadores.

En la Comunidad Valenciana están en actividad 33 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 11 son de vacuno de carne (510 cabezas), 9 de producción de huevos (17.970 gallinas), 5 de apicultura (1.810 colmenas), 3 de ovino de carne (270 cabezas) y 3 de caprino de carne (440 cabezas).

Están activas 1.481 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 44 a producciones animales. Entre las primeras las más numerosas son las de otros productos alimenticios (596), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (551), las de elaboración de bebidas (163), las de aceite (90) y las de panificación (60). Dentro del segundo grupo aparecen 34 de otros productos alimenticios de origen animal, 5 de elaboración y conservación de productos cárnicos y 4 lácteos. ■

EXTREMADURA



En Extremadura hay algo menos de 94.520 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 74,1% está calificado, el 16,7% en conversión y el restante 9,2% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan el olivar (28.540 hectáreas), los viñedos (1.310 hectáreas), los cereales (1.280

hectáreas) y los frutos secos (1.220 hectáreas).

En esta comunidad hay 2.546 productores agrícolas ecológicos, 74 ganaderos y 127 mixtos. Se encuentran también en actividad 138 elaboradores y 68 comercializadores.

En los registros aparecen inscritas 393 explotaciones ganaderas ecológicas entre las que destacan 176 de vacuno de carne (19.230 cabezas), 132 de ovino de carne (85.475 cabezas), 26 de équidos (170 cabezas), 22 de

caprino de carne (350 cabezas) y 16 de porcino (1.100 cabezas).

Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales son 155, a las que se añaden otras 17 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras destacan las de manipulación de frutas y hortalizas (70), las de elaboración de aceites (55) y las de elaboración de bebidas (13). Entre las segundas hay 10 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos, 4 de elaboración de otros productos de origen animal y 3 lácteos. ■

GALICIA

En Galicia están registradas algo menos de 33.740 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 91,7% está calificado, el 4,3% en conversión y el restante 4% en su primer año de prácticas. El principal cultivo ecológico son los frutos secos, básicamente castañas (2.555 hectáreas).

Se encuentran activos 365 productores agrícolas ecológicos, 313 ganaderos y 66 mixtos. Además, hay 53 entidades de producción acuícola, 161 elaboradores, 17 importadores, 3 exportadores y 48 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 428, entre las que destacan 165 de vacuno de carne (6.010 cabezas), 109 de vacuno de leche (4.355 cabezas), 41 de apicultura (14.560 colmenas), 33 de ovino de carne (2.720 cabezas), 30 de aves de carne (267.115 pollos) y 21 de huevos (102.005 gallinas). En Galicia están activas 159 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales, entre las que sobresalen 50 de manipulación y conserva de frutas y hortalizas, 35 de bebidas, 31 de otros productos alimenticios y 29 de panadería. Hay además 103 industrias ecológicas vinculadas a producciones animales. Las más numerosas son las de elaboración de productos cárnicos (32) y las de pescados, crustáceos y moluscos (29). Las producciones acuícolas ecológicas son muy importantes (3.125 toneladas de mejillones y 640 toneladas de plantas acuáticas). ■



LA RIOJA



La superficie rioja de agricultura ecológica llega a las 3.575 hectáreas, de las que el 88,4% está calificado, el 6,8% en conversión y el restante 4,8% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los viñedos (948 hectáreas), los frutos secos (690 hectáreas) y el olivar (650 hectáreas).

En esta comunidad se encuentran registrados 269 productores agrícolas ecológicos, 6 ganaderos y 1 mixto, a los que hay que añadir 1 entidad de producción acuícola, 72 elaboradores y 11 comercializadores. Hay siete explotaciones ganaderas ecológicas, de las que tres son de apicultura (750 colmenas), dos son de huevos (1.940 gallinas), una de porcino (1.120 cabezas) y otra de bovino de carne (26 cabezas).

En La Rioja hay 110 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales y otras 20 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (60), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (24) y las de elaboración de aceites (10). Dentro de las segundas hay 10 de elaboración de otros productos de origen animal y 9 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos. Hay también una pequeña producción acuícola ecológica de 383 toneladas de truchas arco iris. ■



COMUNIDAD DE MADRID



La superficie madrileña en agricultura ecológica en la Comunidad de Madrid llega a 10.665 hectáreas, de las que el 81,3% se encuentra calificado, el 11,7% en conversión y el restante 7% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son el olivar (3.642 hectáreas), los viñedos (550 hectáreas), los

cereales (505) y las legumbres secas (193).

Los productores ecológicos agrícolas madrileños son 254, a los que hay que añadir 20 ganaderos, 116 elaboradores, 26 importadores y 14 comercializadores. Se encuentran registradas 20 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 13 son de vacuno de carne (1.080 cabezas), 2 de apicultura (970 colmenas) y 2 de vacuno de leche (840 cabezas).

Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 165, mientras que otras 27 están vinculadas a las producciones animales. Entre las primeras destacan 55 de elaboración de otros productos de origen vegetal, 45 de panadería y farináceos, 39 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 12 de bebidas y 10 de elaboración de aceites. Dentro de las segundas hay 14 de elaboración de otros productos de origen animal, 10 de elaboración y conservación de otros productos cárnicos y 3 lácteos. ■

REGIÓN DE MURCIA

En la Región de Murcia hay 82.595 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 92% está calificado, el 4,2% en conversión y el restante 3,8% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos en esta comunidad son



los frutos secos (30.790 hectáreas), los cereales (13.017), los viñedos (12.180), el olivar (4.392), las hortalizas frescas (4.265) y los cítricos (2.482 hectáreas).

Hay 3.006 productores agrícolas ecológicos y 7 mixtos. A éstos hay que añadir 275 elaboradores, 3 importadores y 80 comercializadores. Hay sólo 5 explotaciones ganaderas ecológicas, 2 de caprino de leche (2.370 cabezas), 2 de apicultura (340 colmenas) y 1 de producción de huevos (280 gallinas).

Las industrias ecológicas murcianas relacionadas con las producciones vegetales son 439, mientras que otras 13 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación de frutas y hortalizas (257), las de elaboración de otros productos alimenticios (80), las de elaboración de bebidas (46) y las de aceites (33). Dentro de las segundas las más numerosas son las de elaboración de otros productos alimenticios (7), seguidas por las lácteas (4) y las de elaboración de productos cárnicos (2). ■

NAVARRA



La superficie navarra en agricultura ecológica es de 83.348 hectáreas, de las que el 86,8% está calificado, el 10% se encuentra en conversión y el restante 3,2% en su primer año de prácticas. Por cultivos, destacan los cereales (4.173 hectáreas), los viñedos (1.173), el olivar (745) y las legumbres (302 hectáreas). En Navarra hay 449 productores agrícolas

ecológicos, 5 ganaderos y 66 mixtos, 1 entidad de producción acuícola, 123 elaboradores, 1 importador y 22 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 106, entre las que hay 39 de équidos (1.200 cabezas), 19 de ovino de carne (2.070 cabezas), 14 de vacuno de carne (1.460 cabezas), 11 de huevos (27.645 gallinas), 6 de ovino de leche (2.190 cabezas) y 6 de caprino de carne (635 cabezas).

Las industrias ecológicas navarras relacionadas con producciones vegetales son 126, mientras que otras 35 se vinculan con producciones animales. Entre las primeras hay 48 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 29 de elaboración de bebidas y 19 de panadería. En las segundas aparecen las de otros productos de origen animal (13) y las de elaboración de productos cárnicos (12). Hay una pequeña producción de 16 toneladas de esturión en acuicultura ecológica. ■

PAÍS VASCO

En el País Vasco están registradas 4.466 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 66% está calificado, el 20,6% en conversión y el restante 13,4% en su primer año de prácticas. Los principales



cultivos ecológicos vascos son los viñedos (744 hectáreas), las plantas para alimentación animal (386 hectáreas), los cereales (259 hectáreas), los frutales (250 hectáreas) y las hortalizas (221 hectáreas). Se encuentran en actividad 354 productores agrícolas ecológicos, 36 ganaderos y 60 mixtos. Además, hay 206 elaboradores, 4 importadores y 52 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 109, entre las que sobresalen 32 de vacuno de carne (1.330 cabezas), 19 de ovino de carne (885 cabezas), 16 de producción de huevos (23.700 gallinas), 11 de équidos (303 cabezas), 8 de vacuno de leche (280 cabezas) y 8 de ovino de leche (1.435 cabezas).

Las industrias ecológicas del País Vasco relacionadas con las producciones vegetales son 159, mientras que otras 43 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras hay 50 de elaboración de bebidas, 43 de panadería, y 37 de manipulación de frutas y hortalizas. Dentro de las segundas destacan las lácteas (15), las de carnes y productos cárnicos (12) y las de elaboración de productos pesqueros (11). ■





INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2020

ANDALUCÍA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción de la Rama de Actividad Agraria en 2019 a precios básicos alcanzó un valor de 12.735 millones de euros, un 4,4% menos que en 2018, según datos de la Junta de Andalucía. De este total, la Producción Final Vegetal (PFV) fue de 10.450,4 millones de euros (un 5,9% menos que en el año anterior), mientras que la Producción Final Ganadera (PFG) alcanzó un valor de 1.978 millones de euros, un 3,4% más que un año antes (valores corrientes a precios básicos).

Asimismo, el valor de la Producción de Servicios experimentó en 2019 un crecimiento del 2,9% (su valor fue 124,61 millones de euros) y el de las Actividades Secundarias, se incrementó un 1,2%, hasta los 182,77 millones de euros.

Para los Consumos Intermedios, la Junta de Andalucía estimó por su lado un aumento del valor del 3,2% respecto al valor del año 2018.

Con estos datos, el valor de la Renta Agraria 2019 en Andalucía experimentó un retroceso del 7,3% respecto del año anterior, hasta llegar a los 9.317,3 millones de euros, según estimaciones de la Junta.

Dentro de la producción agrícola, el sector del aceite tuvo un comportamiento muy positivo en 2019 (para calcular la renta se utilizaron los datos de la campaña 2018/2019, no los de la 2019/2020, que fue mucho peor), pues su valor registró una caída media del 18,3% respecto al valor alcanzado un año antes (2.173,7 millones de euros). También disminuyó el valor generado en 2019 por el sector de las hortalizas (retrocedió un 0,2% hasta los 3.318,8 millones de euros) y el de las frutas frescas (3,2%, hasta 1.272,6 millones de euros). Igualmente, tuvieron un balance negativo la producción de cítricos, las frutas tropicales, las uvas de mesa, las plantas industriales, la remolacha, el tabaco, los cereales, las oleaginosas y las proteaginosas. Sólo la patata, las flores y las plantas obtuvieron un balance positivo.

Respecto al sector ganadero, como en años anteriores este subsector tuvo un buen comportamiento, tanto en producción como en precios. La producción animal (carnes, leche y huevos principalmente) representó en 2019 el 15% de

toda la PFA. Aunque la región cuenta con producción cárnica de todas las especies, es líder nacional en carne de pollo, carne de ovino, caprino y porcino ibérico. Asimismo, Andalucía también es una región con gran producción de miel y leche de cabra.

En cuanto al comercio exterior, en 2019 Andalucía fue de nuevo la mayor región exportadora de productos agroalimentarios de España, superando con creces la barrera de los 10.000 millones de euros. Más en concreto, el valor de las exportaciones agroalimentarias andaluzas en el año 2019 superó los 10.677 millones de euros, un 8,5% más que en el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía representaron el 21,2% del total nacional, un porcentaje inferior al que representaban en el año precedente. ■

PESCA EN ANDALUCÍA

En Andalucía la flota pesquera en 2019 estaba compuesta por 1.432 embarcaciones, el 16,1% del total nacional, con un arqueo de 29.901,7 GT (9% del total español), una potencia de 102.988,96 KW (13,2% del total) y una eslora promedio de algo más de 11,97 metros. La antigüedad media de todos estos buques es de 28 años. En 2019 Andalucía tenía 10 cofradías de pescadores. La producción pesquera comercializada en las lonjas andaluzas llegó hasta cerca de 48.320 toneladas por un valor de 155,9 millones de euros (valores similares a un año antes). La partida más importante fue la de peces (83% toneladas), seguida por la de moluscos y crustáceos.

En Andalucía hay 38 puertos pesqueros y 25 lonjas. Las producciones acuícolas andaluzas llegaron a los 67 millones de euros y las 9.196 toneladas (lubinas y doradas, sobre todo), un valor muy por encima del año precedente. Según datos del INE, había en 2019 un total de 79 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ANDALUCÍA

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	959,1
ACEITUNA DE MESA	374,4
AGUACATE	81,3
AJOS	59
ALMENDRAS CÁSCARA	112,5
ARROZ CÁSCARA	334,1
BERENJENAS	193,3
BRÓCOLI	62,1
CALABACÍN	500
CEBADA	354,94
CEBOLLAS	155,4
CIRUELAS	24,5
COLIFLOR	45,5
COLZA	8
FRESAS-FRESONES	341,5
GARBANZOS	34,87
GIRASOL	299,8
JUDÍAS VERDES	33,8
LECHUGAS	333,2
LIMONES	102,1
MAÍZ	182
MANDARINAS-CLEMENTINAS	445
MELOCOTONES	40,9
MELONES	169
NARANJAS	1.629,7
NECTARINA	37,3
PATATAS	300,8
PEPINOS	533,7
PIMIENTOS	979,8
POMELO	21,8
REMOLACHA AZUCARERA	545,4
SANDÍAS	695
TOMATES	2.114,1
TRIGO	936
UVAS DE MESA	11,5
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	1.006,8
ZANAHORIAS	148,7
CARNE DE PORCINO	317,4
CARNE DE VACUNO	27
CARNE DE OVINO	7,4
CARNE DE CAPRINO	3,7
CARNE DE AVES	463,2
LECHE DE CABRA	215
LECHE DE OVEJA	5,6
LECHE DE VACA	562,7
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	51.080

FUENTE: MAPA.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	ANDALUCÍA Cifra de Negocio	% ANDALUCÍA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	18.192	15,3
Industria cárnica	2.148	8,3
Industria de Pescado	414	7
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.570	15,7
Aceites y Grasas	7.716	64,2
Productos Lácteos	560	6
Molinería y almidones	721	20,5
Panadería y pastas alimenticias	882	10,5
Azúcar, café, infusiones y confitería	283	4,6
Otros productos diversos	348	5
Productos alimentación animal	753	5,8
Bebidas espirituosas	220	21,1
Vinos	427	6,1
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	905	23,1
Bebidas no alcohólicas	1.195	21,4

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

ANDALUCÍA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	584	20,6
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	79	11,9
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	367	24,4
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	832	47,3
Fabricación de productos lácteos	197	10,9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	53	12,3
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	2.542	21,5
Fabricación de otros productos alimenticios	548	16,7
Fabricación de bebidas	505	8,9
TOTAL	5.707	22,7

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población -8.476.720 habitantes, un 17,9% sobre el total nacional- y la segunda en superficie, con 87.591 km², un 17,4% del total nacional. Sevilla, Málaga y Cádiz superan el millón de habitantes. En función del gasto medio por persona, los consumidores andaluces cuentan con un poder de compra inferior en cerca de un 10% a la media nacional.

En Andalucía hay 107.644 locales comerciales minoristas y, de forma concreta, 21.004 especializados en la venta de

alimentación y bebida. Destaca Sevilla que tiene el 22,1% de estos locales; Málaga, el 20,3% y Cádiz, el 14,0%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.595 supermercados y 74 hipermercados. Estos 4.669 establecimientos ocupan 2.524.639 m² y suponen una densidad comercial de 297,8 m² cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 8.660 actividades para comercio en puestos y mercadillos, un 20,4% sobre el total nacional, lo que convierte a esta comunidad autónoma en la primera de España en cuanto a venta ambulante. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	107.644	21.004	2.798	1.000	797	74	8.660
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	19,2	19,7	21,7	17,2	18,7	15,0	20,4

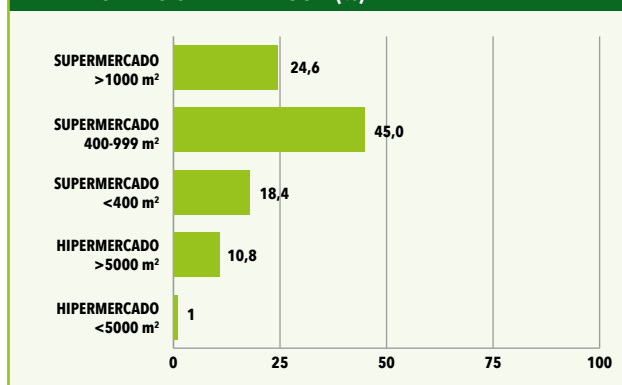
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.317,2 euros (un -12,6% inferior a la media nacional). Carne (19,7%), pescado (12,8%), derivados lácteos (8,7%), frutas frescas (8,7%), hortalizas frescas (6,8%), pan (5,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (12,3%) y cervezas (6,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en otras partidas como, por ejemplo, vino (-25,1%), frutas frescas (-18,0%), carne (-16,4%) o bollería, pastelería, galletas y cereales (-19,2%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Andalucía consumió 124 huevos, 41,0 kilos de carne, 20,4 kilos de pescado, 57,7 litros de leche, 35,4 kilos de derivados lácteos, 31,5 kilos de pan, 10,9 litros de aceite, 21,6 litros de cerveza, 50,6 kilos de hortalizas frescas, 77,8 kilos de frutas frescas, 14,7 kilos de platos preparados, 56,6

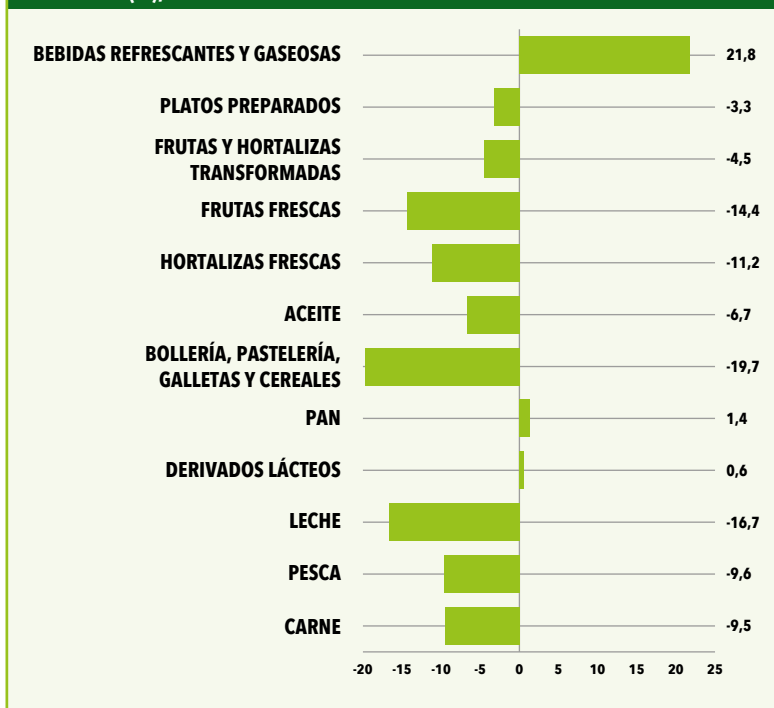
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ANDALUCÍA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,9	1,4	-8,3
CARNE	259,5	19,7	-16,4
PESCA	168,2	12,8	-13,8
LECHE	38,6	2,9	-19,2
DERIVADOS LÁCTEOS	114,8	8,7	-8,3
PAN	72,2	5,5	-4,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	49,7	3,8	-19,2
CHOCOLATES Y CACAOS	22,4	1,7	-13,3
ACEITE	27,3	2,1	-7,0
VINO	18,7	1,4	-25,2
CERVEZAS	25,4	1,9	6,0
ZUMO Y NÉCTAR	7,7	0,6	-9,8
PATATAS	26,2	2,0	-0,4
HORTALIZAS FRESCAS	89,4	6,8	-16,4
FRUTAS FRESCAS	115,0	8,7	-18,0
FRUTOS SECOS	21,5	1,6	-10,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,0	1,9	-10,6
PLATOS PREPARADOS	61,9	4,7	-5,1
CAFÉS E INFUSIONES	22,4	1,7	-17,4
AGUA MINERAL	11,0	0,8	-13,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,8	2,8	12,3
OTROS PRODUCTOS	85,4	6,5	-10,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.317,2	100,0	-12,6

DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



litros de agua embotellada y 47,3 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 (21,8%), derivados lácteos (0,6%) y pan (1,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bollería, pastelería, galletas y cereales (-19,7%), leche (-16,7%), frutas frescas (-14,4%), hortalizas frescas (-11,2%) y pescado (-9,6%), entre otras partidas. ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
8 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	9 huevos
4 litros de cerveza	13 kilos de frutas frescas
1 litro de batidos de leche	12 litros de leche
1 kilo de carnes transformadas	6 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de patatas	4 kilos de carne
	4 litros de agua mineral
	3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales
	2 kilos de pescado
	1 kilo de pastas alimenticias
	1 litro de aceite de oliva
	1 litro de aceite de girasol

Hostelería y Restauración

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 49.745 locales para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país -un 17,8%-; en su distribución destacan Málaga (25,4% del total

regional), Sevilla (20,5%) y Cádiz (14,5%). 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

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ANDALUCÍA	49.745	11.579	34.111	4.055	258.883
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	17,8	14,3	18,8	22,4	17,1

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



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

CONDADO DE HUELVA °

JEREZ-XERÈS-SHERRY °

MÁLAGA °

MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA °

MONTILLA-MORILES °

SIERRAS DE MÁLAGA °

VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA °

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA °

VINOS DE LA TIERRA

ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA °

BAILÉN °

CÁDIZ °

CÓRDOBA °

CUMBRES DE GUADALFEO °

DESIERTO DE ALMERÍA °

LADERAS DE GENIL °

LAUJAR-ALPUJARRA

LOS PALACIOS °

NORTE DE ALMERÍA °

RIBERA DEL ANDARAX °

SIERRAS DE LAS ESTANCIAS

Y LOS FILABRES °

SIERRA NORTE DE SEVILLA °

SIERRA SUR DE JAÉN °

TORREPEROGIL °

VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA °

VINOS DE CALIDAD

GRANADA °

LEBRIJA °

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

ANTEQUERA °

BAENA °

ESTEPA °

LUCENA ****

MONTES DE GRANADA °

MONTORO-ADAMUZ °

PONIENTE DE GRANADA °

PRIEGO DE CÓRDOBA °

SIERRA DE CÁDIZ °

SIERRA DE CAZORLA °

SIERRA DE SEGURA °

SIERRA MÁGINA °

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/°

CORDERO SEGREÑO **/°

VINAGRES

VINAGRE CONDADO DE HUELVA °

VINAGRE DE JEREZ °

VINAGRE MONTILLA-MORILES ****

JAMONES

JABUGO **/°

JAMÓN DE SERÓN

LOS PEDROCHES °

GUIJUELO **/°

FRUTAS

CHIRIMOYA DE LA COSTA °

TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA °

FRUTOS SECOS

PASAS DE MÁLAGA ****

MIEL

MIEL DE GRANADA °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA °

MANTECADOS DE ESTEPA °

HARINAS

PAN DE ALFACAR *

HORTALIZAS

ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR °

TOMATE LA CAÑADA °

JAMONES

JAMÓN DE TREVÉLEZ °

JAMÓN DE SERÓN *

LEGUMBRES

GARBANZO DE ESCACENA *

PRODUCTOS PESQUEROS

CABALLA DE ANDALUCÍA °

MELVA DE ANDALUCÍA °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

BRANDY DE JEREZ

ANÍS DE CAZALLA

ANÍS DE RUTE

ANÍS DE OJÉN

RON DE MÁLAGA

RON DE GRANADA

ESPECIALIDADES TRADICIONALES
GARANTIZADAS

TORTAS DE ACEITE DE CASTILLEJA DE LA CUESTA *

PANILLETES

LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

JAMÓN SERRANO **

AGRICULTURA ECOLÓGICA

ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE ANDALUCÍA



* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / **** Protección Nacional Transitoria / ° Inscrita en el Registro de la UE

ARAGÓN



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en Aragón alcanzó en 2019 un valor cercano a los 1.690 millones de euros, expresados en valores corrientes, según las estimaciones realizadas. Aproximadamente, el 64% de la Producción Final Agraria (PFA) de la región procedió del sector ganadero; el 32% de la Producción Final Vegetal (PFV) y el resto, del grupo de otros servicios y producciones.

El valor estimado de la PFA en 2019 fue de 4.173 millones de euros, de los que 2.691 millones correspondieron a la PFG y 1.340 millones a la PFV.

Además, al igual que en el año precedente se observó también en 2019 un crecimiento importante del valor generado por los servicios y actividades del sector (142 millones de euros).

En 2019 aumentaron los costes intermedios, especialmente los precios de los fertilizantes, los piensos, la energía y los lubricantes.

El porcino, los cereales, el bovino de carne, los frutales, los pollos y los forrajes aportaron a la renta agraria aproximadamente el 85% de la Producción Agraria aragonesa. Aragón fue la región con mayor cabaña de porcino de España (el 29,4% del total), pero no lideró la producción de carne (produjo el 14,8% del total nacional). Asimismo, aportó el 5% de la carne de vacuno, siendo la sexta comunidad en el ranking de producción.

Aunque su presencia es menor, esta región también sobresale por su producción de carne de ovino (en 2019 contaba con el 12,5% de la cabaña nacional y aumentó su producción un 4%); conejos (4,8% de la producción) y aves de puesta (12% del censo). La producción de huevos regional supuso un 13% del total nacional.

La producción de leche de vaca quedó finalmente en 159.400 toneladas, un 5% más que en el año anterior. Asimismo, aumentó un 4% la producción de leche de oveja hasta casi 2 toneladas.

En cuanto a la agricultura, en 2019 el cereal tuvo un mal comportamiento por los efectos de la sequía. Las cosechas de trigo y cebada fueron mucho peores, pero por el contrario se cosechó un 12% más de maíz. Igualmente fue peor (5%) la producción de arroz, que es muy significativa en la región.

En el grupo de las frutas hubo mejores cosechas en el caso de la cereza, el albaricoque o la manzana, pero también descensos importantes de producción respecto al año anterior, para la pera o el melocotón.

Igualmente, tras una buena cosecha precedente se produjo una caída importante de la cosecha de almendra, que quedó en torno a las 60.800 toneladas cáscara.

La vendimia también se saldó con malos resultados en el año 2019. En total se produjeron 867.500 hectolitros de

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ARAGÓN	
MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	11,1
ACEITUNA DE MESA	3,2
ALBARICOQUES	18
ALMENDRAS CÁSCARA	60,8
ARROZ CÁSCARA	27,3
AVENA	38,5
BRÓCOLI	26,0
CEBADA	1.397,3
CEBOLLAS	77,5
CEREZAS	37,2
GIRASOL	21
MAÍZ	1066
MANZANAS MESA	123,6
MELOCOTONES	214,7
NECTARINA	144,6
PATATAS	14,9
PERAS	42,6
TOMATES	47,4
TRIGO	631
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	867,5
CARNE DE CONEJO	2,5
CARNE DE PORCINO	685,6
CARNE DE OVINO	13,2
CARNE DE VACUNO	36,9
CARNE DE AVES	1,7
CARNE DE EQUINO	2
LECHE DE VACA	159,4
LECHE DE OVEJA	1,97
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	143.100

FUENTE: MAPA.

vino y mosto, un 15% menos. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por las denominaciones de origen y otras marcas de calidad que tiene la región. Además, la región cuenta con una producción de aceite de oliva que en la campaña 2019/2020 quedó en torno a las 11.100 toneladas.

Respecto al comercio exterior agroalimentario, en 2019 se batió un nuevo récord de ventas de la industria regional, con una facturación que superó los 2.173,8 millones de euros, un 25,8% más que en el año anterior. Las ventas exteriores de Aragón representaron el 4,3% del comercio agroalimentario nacional. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN		
(Millones de Euros)		
Subsectores	Aragón Cifra de Negocio	% ARAGÓN/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.659	3,9
Industria cárnica	1.551	6
Industria de Pescado	232	3,9
Prep./Conservas frutas y hortalizas	124	1,2
Aceites y Grasas	42	0,3
Productos Lácteos	38	0,4
Molinería y almidones	328	9,3
Panadería y pastas alimenticias	251	3,0
Azúcar, café, infusiones y confitería	84	1,3
Otros productos diversos	207	3
Productos alimentación animal	1.325	10,1
Bebidas espirituosas	5	5
Vinos	286	4,1
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	94	2,4
Bebidas no alcohólicas	69	1,2

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2018. Con datos del INE.

ARAGÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	146	5,15
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	7	1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	54	3,5
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	77	4,3
Fabricación de productos lácteos	47	2,6
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	21	4,9
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	380	3,2
Fabricación de otros productos alimenticios	86	2,6
Fabricación de bebidas	154	2,7
TOTAL	888	3,5

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Aragón cuenta con 1.330.500 habitantes y 47.703 km² de extensión, un 2,8% de la población y cerca del 9,5% del territorio sobre el total nacional. Zaragoza concentra cerca del 73% de los habitantes de la región. El poder de compra de los aragoneses, en función del gasto medio por persona, es prácticamente similar a la media nacional. En esta comunidad autónoma hay 3.038 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimenta-

ción. Zaragoza tiene un 68,5% de los locales; Huesca, un 18,9%; y Teruel, un 12,6%. En el conjunto de la comunidad hay instalados 18 hipermercados -un 3,6% del total nacional- mientras que los supermercados suman 722, un 3,1% sobre el total nacional. Los establecimientos de librería ocupan 383.011 m² y la densidad comercial alcanza los 287,9 m² cada 1.000 habitantes, prácticamente similar a la media nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ARAGÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	14.359	3.038	454	174	94	18	674
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,6	2,8	3,5	3,0	2,2	3,6	1,6

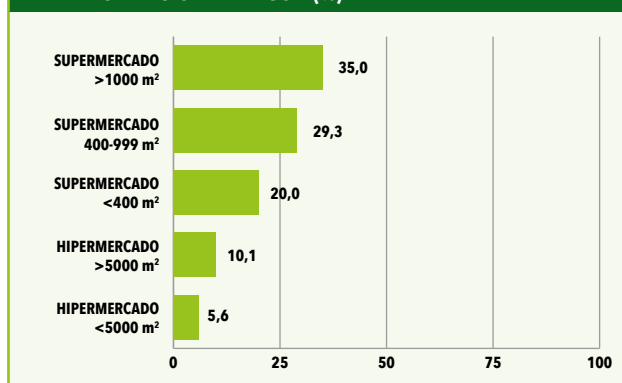
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.536,1 euros (un 1,9% superior a la media nacional). Carne (22,3%), pescado (13,8%), frutas frescas (9,1%), hortalizas frescas (8,6%), derivados lácteos (7,4%), pan (4,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,6%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (23,8%), carne (10,5%) y chocolates y cacao (9,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-15,4%), pan (-18,5%), patatas (-10,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (-8,9%) y vino (-15,2%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Aragón consumió 146 huevos, 49,3 kilos de carne, 24,6 kilos de pescado, 64,2 litros de leche, 31,1 kilos de derivados lácteos, 25,4 kilos de pan, 11,3 litros de aceite, 13,5 litros de cerveza, 71,4 kilos de hortalizas frescas, 93,4 kilos de frutas frescas, 15,3 kilos de platos preparados, 64,8 litros de agua embotellada y 31,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en Aragón se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad

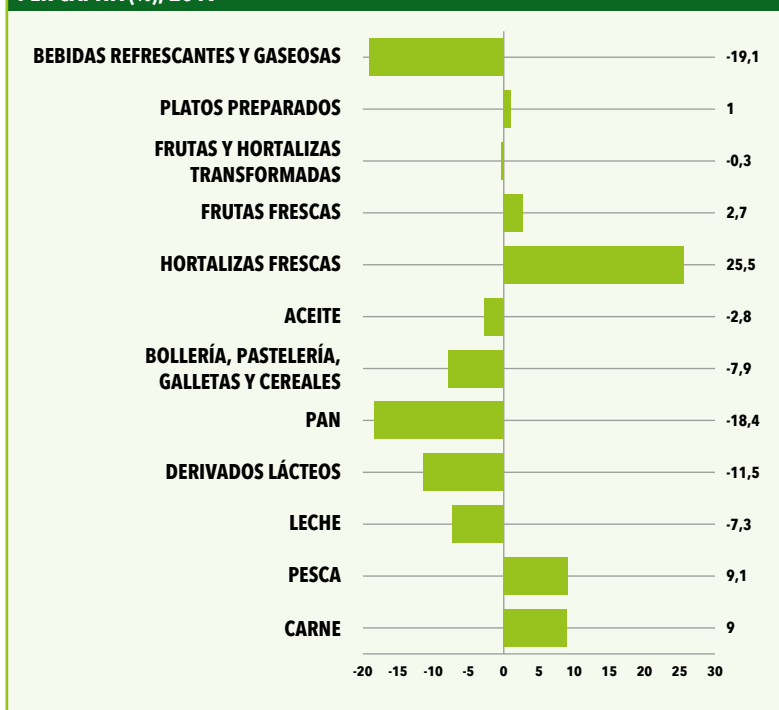
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ARAGÓN (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,2	1,3	3,7
CARNE	343,0	22,3	10,5
PESCA	211,3	13,8	8,3
LECHE	45,2	2,9	-5,4
DERIVADOS LÁCTEOS	113,9	7,4	-9,1
PAN	61,6	4,0	-18,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	55,8	3,6	-9,2
CHOCOLATES Y CACAOS	28,2	1,8	9,4
ACEITE	26,0	1,7	-11,5
VINO	21,1	1,4	-15,2
CERVEZAS	19,4	1,3	-19,1
ZUMO Y NÉCTAR	7,3	0,5	-15,0
PATATAS	23,5	1,5	-10,8
HORTALIZAS FRESCAS	132,4	8,6	23,8
FRUTAS FRESCAS	140,0	9,1	-0,2
FRUTOS SECOS	26,5	1,7	9,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,7	1,8	-1,0
PLATOS PREPARADOS	65,1	4,2	-0,2
CAFÉS E INFUSIONES	29,1	1,9	7,5
AGUA MINERAL	12,1	0,8	-5,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,9	1,9	-8,9
OTROS PRODUCTOS	96,8	6,3	1,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.536,1	100,0	1,9

DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



de hortalizas frescas (25,5%), carne (9,0%), pesca (9,1%) y frutas frescas (2,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-19,1%), pan (-18,4%), derivados lácteos (-11,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (-7,9%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
13 unidades de huevos	7 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
14 kilos de hortalizas frescas	6 kilos de pan
4 kilos de carne fresca	5 litros de cerveza
2 kilos de frutas frescas	3 litros de leche desnatada
2 kilos de carne de pollo	4 kilos de derivados lácteos
1 kilo de carne de conejo	3 kilos patatas
1 kilo de carne de ovino y caprino	2 litros de vino y derivados
2 kilo pescado	1 litro de leche pasteurizada
4 litros de agua envasada	1 kilo de harinas y sémolas
	2 litros zumo y néctar

Hostelería y Restauración

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 7.593 -un 2,7% sobre el total nacional- y se distribuyen en un 68,5% para Zaragoza, un 19,7%

para Huesca y un 11,8% para Teruel. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Aragón ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ARAGÓN

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ARAGÓN	7.593	1.870	5.382	341	37.555
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,7	2,3	3,0	1,9	2,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

CALATAYUD °

CAMPO DE BORJA °

CARIÑENA °

SOMONTANO °

CAVA **/ °

AYLÉS °

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMONES

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL °

FRUTAS

MELOCOTÓN DE CALANDA °

ACEITES

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN °

ACEITE SIERRA DEL MONCAYO °

HORTALIZAS

CEBOLLA FUENTES DE EBRO °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/ °

TERNASCO DE ARAGÓN °

HORTALIZAS

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ °

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO **/ °

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD:
(MARCA C'ALIAL)

EMBUTIDOS

LOMO EMBUCHADO

LONGANIZA DE ARAGÓN

MORCILLA DE ARAGÓN

CHORIZO

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

ALMENDRADOS

ALMOJABANAS

CARQUIÑOLES

CASTAÑAS DE MAZAPÁN

COC DE FRAGA

FLORENTINA

FRUTAS DE ARAGÓN

GUIRLACHE

PASTEL RUSO

MANTECADOS DEL MAESTRAZGO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE BALSA

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

TURRÓN NEGRO

ACEITUNAS

OLIVAS DE CASPE

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

POLLOS

CARNE DE VACUNO

PALETA CURADA

CECINA

CONSERVA DE CERDO EN ACEITE

TERNASCO AHUMADO

CARNE DE CONEJO

HUEVOS

HUEVOS

PASTAS ALIMENTICIAS

PASTAS ALIMENTICIAS

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALFALFA

ARROZ

CEREALES DE INVIERNO

FRUTA DE HUESO

FRUTA DE PEPITA

GUISANTE

PATATA

TOMATE DE INDUSTRIA

QUESOS Y PRODUCTOS LÁCTEOS

QUESO FRESCO

QUESO MADURADO

YOGUR DE OVEJA

FRUTAS Y HORTALIZAS

FRUTA EN CONSERVA

CEBOLLA DULCE DE FUENTES

FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA

BORRAJA

CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE ARAGÓN

ARROCES

ARROZ

ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

MIEL

MIEL

VINAGRES

VINAGRE DE VINO

HARINAS

PAN

VINOS DE LA TIERRA CON INDICACIÓN
GEOGRÁFICA PROTEGIDA

VALLE DEL CINCA °

BAJO ARAGÓN °

VALDEJALÓN °

RIBERA DEL JILOCA °

RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS °

RIBERA DEL QUEILES **/ °

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CCAA
/ ° Inscrita en el Registro de la UE

Asturias

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El peso económico del sector ganadero en la Producción Final Agraria (PFA) asturiana es muy superior al agrícola. De hecho, en 2019 la Producción Final Ganadera (PFG) aportó el 73,5% de la PFA y la Producción Final Vegetal (PFV) el 24,7%. El resto son otras producciones y servicios. El mantenimiento de las producciones cárnicas y de la leche, unido a que las cosechas agrícolas más importantes no fueran malas, hizo posible un balance agrario más positivo. Según estimaciones, el valor de la PFA asturiana ascendió en 2019 a cerca de 498,4 millones de euros, de los que 366 millones de euros correspondieron a la PFG y 123 millones de euros a la PFV, según estimaciones.

El resto (unos 9 millones de euros) lo aportaron las actividades no agrarias y la producción de servicios a la producción de la rama agraria, que es cada año mayor en el Principado de Asturias.

Añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones, se obtiene un valor añadido neto, que deducido a su vez de la producción de la rama agraria, arroja como resultado un monto de 151 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional, según las mismas estimaciones.

Al igual que en el año precedente, para el sector ganadero el año se saldó de forma más positiva gracias al buen comportamiento de la producciones y a los mejores precios de la leche, un subsector que aporta más de la mitad del valor generado por la PFG.

En concreto, la producción de leche del Principado se incrementó ligeramente hasta las 556.000 toneladas ajustadas a materia grasa, lo que supuso el 7,7% de la producción nacional y un 1% menos que en el año anterior. A la producción de leche de vaca se sumaron pequeñas producciones de leche de oveja y de cabra.

Por su lado, la producción de carne de vacuno volvió a crecer un año más (5%) hasta las 16.000 toneladas, pero sin embargo los precios pagados por la carne fueron menores y la aportación final a la renta agraria no creció tanto. Este subsector aporta casi el 40% de todo el valor de la PFG del Principado.

Por detrás de la carne de vacuno se situó la carne de equino, que tiene mucha importancia en el Principado pero que en 2019 registró una notable caída en el volumen producido. Asimismo, también tiene importancia la producción de carne de porcino y de caprino, en menor medida. En cuanto a la agricultura, las producciones mejoraron tras un mal año precedente. La pomarada o cosecha de manzana de sidra, fue mucho mejor que la del año anterior (se produjeron 17.400 toneladas, el 18% más que un año antes). Igualmente, fue superior la cosecha de manzana de mesa, pero sin embargo la de kiwi volvió a caer un año más.

En el grupo de las hortalizas y tubérculos hubo mejores cosechas y lo mismo sucedió con las producciones forrajeras y los cereales como el maíz. En cuanto a las fabes, famosas en la gastronomía regional, la cosecha mejoró y quedó por encima de las 700 toneladas.

Por su lado, la pequeña producción de vino del Principado fue en 2019 superior a la del año precedente en un 36%.

Respecto al comercio exterior, en el año 2019 las exportaciones agroalimentarias del Principado alcanzaron un valor de 234,8 millones de euros, lo que supuso un aumento del 10% con respecto al año anterior, ejercicio en el que las ventas crecieron espectacularmente. Las exportaciones asturianas representaron el 0,5% del total. ■

PESCA EN ASTURIAS

La flota pesquera asturiana está formada por 258 embarcaciones, el 2,9% del total de la pesca marítima nacional, con un arqueo de 4.917 GT (1,48% de toda España), una potencia de la flota de 16,3 CV (2,1%) y una eslora promedio de 10,83 metros. La antigüedad media de esos barcos es de 22 años. En 2019 Asturias contaba con 16 cofradías de pescadores. Las capturas pesqueras subastadas en las lonjas asturianas llegaron a las 21.849 tone-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ASTURIAS

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS AÑO 2019
ALUBIAS (FABES)	0,7
COL-REPOLLO	0,13
CEREZA	0,03
KIWI	3,8
MAÍZ	1,1
MAÍZ FORRAJERO	298
MANZANA DE MESA	2
MANZANA DE SIDRA	17,4
PATATAS	7
PIMIENTO	0,7
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	0,61
CARNE DE EQUINO	0,31
CARNE DE VACUNO	16
CARNE DE CAPRINO	0,04
LECHE DE VACA	556,4
LECHE DE OVEJA	0,016
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	2.750

FUENTE: MAPA.



ladas de peces, por un valor de 59 millones de euros. Esta producción supuso el 4,8% del valor de primera venta de pesca fresca desembarcada ese año en España. Aunque se pescan principalmente merluzas, bacaladillas y bonitos, también cuentan con producción de moluscos (sobre todo pulpo y pota) y de crustáceos (percebes, bueyes y centollos como capturas principales).

En Asturias hay 25 puertos pesqueros y 18 lonjas de primera venta. Las producciones acuícolas asturianas van ganando peso de año en año y llegan ya a los 4 millones de euros y 1.181 toneladas. La producción principal de la acuicultura asturiana es la trucha arcoíris. En cuanto a la industria, las relacionadas con la pesca facturan más de 17 millones de euros. Según datos del INE, había en 2019 un total de 17 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Principado de Asturias Cifra de Negocio	% PRINCIPADO DE ASTURIAS/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.949	1,6
Industria cárnica	101	0,4
Industria de Pescado	17	0,3
Prep./Conservas frutas y hortalizas	8	0,1
Aceites y grasas	5	5
Productos Lácteos	1.129	12,2
Molinería y Almidones	0	0
Panadería y pastas alimenticias	96	1,1
Azúcar, café, infusiones y confitería	123	2
Otros productos diversos	221	3,2
Productos alimentación animal	167	1,3
Bebidas espirituosas	1	0,1
Vinos	8	0,1
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	49	1,3
Bebidas no alcohólicas	24	1,6

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

ASTURIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	89	3,1
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	17	2,6
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	13	0,9
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	1	0,1
Fabricación de productos lácteos	95	5,3
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	8	1,9
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	282	2,4
Fabricación de otros productos alimenticios	64	2
Fabricación de bebidas	114	2
TOTAL	569	2,6

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Asturias tiene 1.018.775 habitantes y 10.604 km² de extensión, lo que representa un 2,2% de la población y poco más del 2% del territorio sobre el total nacional. Los asturianos tienen un poder de compra, en función del gasto medio por persona prácticamente similar a la media nacional (1,2% superior).

Asturias cuenta con 1.982 locales comerciales especializados en alimentación. Además, se contabilizan 467

supermercados y 11 hipermercados que alcanzan conjuntamente 381.536 m². La densidad comercial para este conjunto de establecimientos se sitúa en 374,5 m² cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 515 actividades para la venta ambulante o en mercadillos, un 1,2% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ASTURIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	11.825	1.982	147	202	118	11	515
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,1	1,9	1,1	3,5	2,8	2,2	1,2

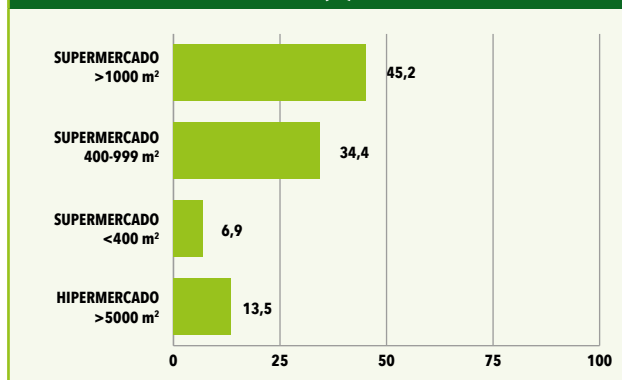
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.587,1 euros (un 5,3% superior a la media nacional). Carne (19,8%), pescado (14,3%), frutas frescas (10,2%), derivados lácteos (9,5%), pan (5,9%), hortalizas frescas (5,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vinos (27,2%), chocolates y cacao (25,5%), leche (27,9%), pan (24,4%), derivados lácteos (20%) y pescado (16,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-28,4%), zumo y néctar (-17,3%), platos preparados (-30,5%), hortalizas frescas (-19,1%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-14,3%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Asturias consumió 130 huevos, 44,2 kilos de carne, 27,5 kilos de pescado, 89,0 litros de leche, 41,6 kilos de derivados lácteos, 37,4 kilos de pan, 12,8 litros de aceite, 11,1 litros de cerveza, 44,2 kilos de hortalizas frescas, 102,7 kilos de frutas frescas, 10,5 kilos de platos preparados, 41,2

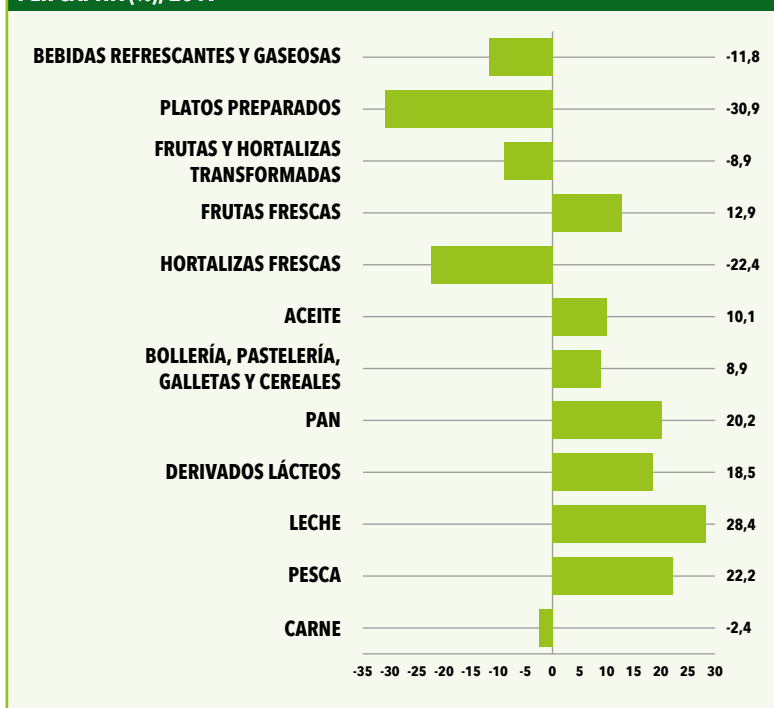
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ASTURIAS (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,9	1,3	2,2
CARNE	314,6	19,8	1,4
PESCA	227,2	14,3	16,5
LECHE	61,1	3,8	27,9
DERIVADOS LÁCTEOS	150,3	9,5	20,0
PAN	94,0	5,9	24,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	67,5	4,3	9,9
CHOCOLATES Y CACAOS	32,4	2,0	25,5
ACEITE	32,4	2,0	10,2
VINO	31,7	2,0	27,2
CERVEZAS	17,2	1,1	-28,4
ZUMO Y NÉCTAR	7,1	0,4	-17,3
PATATAS	25,2	1,6	-4,1
HORTALIZAS FRESCAS	86,5	5,5	-19,1
FRUTAS FRESCAS	161,4	10,2	15,0
FRUTOS SECOS	23,1	1,5	-4,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,4	1,8	1,4
PLATOS PREPARADOS	45,4	2,9	-30,5
CAFÉS E INFUSIONES	30,9	1,9	14,0
AGUA MINERAL	11,3	0,7	-11,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,1	1,8	-14,3
OTROS PRODUCTOS	91,4	5,8	-4,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.587,1	100,0	5,3

DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



litros de agua embotellada y 34,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Asturias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de leche (28,4%), pescado (28,4%), pan (20,2%), derivados lácteos (18,5%) y aceite (10,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-30,9%), hortalizas frescas (-22,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (-11,8%), carne (-2,4%) y frutas y hortalizas transformadas (-8,9%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
20 litros de leche esterilizada	3 unidades de huevos
20 litros de leche envasada	13 kilos de hortalizas frescas
12 kilos de frutas frescas	7 litros de cerveza
6 kilos de pan	20 litros de agua mineral
7 kilos de derivados lácteos	5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
5 kilos de pescado	5 kilos de platos preparados
2 litros de vino	2 litros de zumo y néctar
4 kilos de yogurt	1 kilo de carne de pollo
1 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de carne congelada
2 kilos de azúcar	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas
2 kilos de queso	1 kilo de pastas
1 litros de aceite de oliva	1 kilo helado y tartas

Hostelería y Restauración

Por su parte, las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 6.915, lo que supone un 2,5% respecto del total nacional. En cuanto

al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Asturias ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ASTURIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	6.915	1.487	5.196	232	24.152
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,5	1,8	2,9	1,3	1,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

CABRALES *

AFUEGA'L PITU *

GAMONEDO (GAMONÉU) *

QUESO CASÍN *

SIDRAS

SIDRA DE ASTURIAS *

VINO

CANGAS *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESOS

QUESO LOS BEYOS **/ *

CARNES

TERNERA ASTURIANA *

EMBUTIDOS

CHOSCO DE TINEO *

LEGUMBRES

FABA ASTURIANA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

AGUARDIENTE DE SIDRA DE ASTURIAS *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS (COPAE) *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CCAA / * Inscrita en el Registro de la UE



CANARIAS

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Canarias en 2019 alcanzó un valor estimado de 991 millones de euros a precios corrientes, de los que el subsector agrícola (Producción Final Vegetal o PFV) aportó unos 728 millones de euros, mientras que la aportación del subsector ganadero (Producción Final Ganadera) se situaba en 149 millones de euros, según estimaciones.

El resto de la PFA procedió de otras producciones y servicios, que aportaron cerca de 34,3 millones de euros, según estimaciones realizadas.

De acuerdo con estas cifras, y una vez descontados los insumos y sumadas las subvenciones, se alcanzó una Renta Agraria regional cuyo valor rondó los 550 millones de euros, según las mismas estimaciones.

Dentro de la PFV, los sectores más importantes desde el punto de vista social y económico son las frutas (con el plátano a la cabeza y con mucha diferencia sobre el resto), las hortalizas (entre las que destaca el tomate), la papa y el viñedo.

La producción de plátanos tuvo un saldo positivo en 2019 (un 3% más que en el año anterior, que fue malo en cuanto a producción), con cerca de 396.700 toneladas producidas. Canarias es el principal productor de plátanos de la Unión Europea y su cultivo ocupa unas 9.900 hectáreas.

Además de para el plátano, en 2019 el balance de producción fue bueno también para otras frutas como el aguacate, cuya producción se incrementó un 10% hasta las 9.700 toneladas. Este cultivo se va expandiendo por Canarias de año en año.

Igualmente, las pequeñas producciones de cítricos tuvieron un saldo positivo y en el sector de las hortalizas hubo en general mejores cosechas, incluso para el tomate que había perdido posiciones en las últimas campañas.

La papa, una de las producciones más características de las islas Canarias, saldó el ejercicio con peores resultados que un año antes, pues el volumen de producción se redujo un 2%.



Igualmente, la evolución del viñedo fue negativa y al final de la vendimia la producción de vino descendió un 37% hasta los 47.800 hectólitos de vino y mosto, de los cuales la mayor parte se destinaron a la producción de vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).

Respecto a la ganadería, en 2019 se produjeron caídas en la producción de carne en todas las cabañas (porcino, vacuno, caprino, pollos y conejos), que en algunos casos estuvo acompañada de bajadas de precios.

Por el contrario, la producción de leche de cabra aumentó un 4% y la de vaca se mantuvo en niveles similares a los del año anterior. Canarias es una de las primeras regiones con mayor censo caprino de España y la producción de leche se utiliza para la elaboración de quesos.

Otra producción ganadera singular de las islas Canarias es la miel, que en el año 2019 registró descensos importantes de producción por la sequía. Asimismo, la producción de huevos regional representó el 3% del total nacional.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2019 las exportaciones alcanzaron un valor de 269,5 millones de euros, el 0,5% del total nacional y un 9,5% más que un año antes. ■

PESCA EN CANARIAS

La flota pesquera canaria está compuesta por 759 embarcaciones, lo que supone el 8,5% del total español. Su

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANARIAS

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2019
AGUACATE	9,7
CALABACÍN	29,3
CALABAZA	18,7
CEBOLLAS	7,6
NARANJAS	13,4
PATATAS	89,5
PEPINOS	33,4
PLÁTANOS	396,7
TOMATE	71,7
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	47,8
CARNE DE PORCINO	5,4
CARNE DE VACUNO	2,8
CARNE DE CAPRINO	1,9
CARNE DE CONEJO	0,15
CARNE DE AVES	12,5
LECHE DE CABRA	27,5
LECHE DE OVEJA	0,47
LECHE DE VACA	47,1
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	31.360

FUENTE: MAPA.

arqueológico llega hasta 21.702 GT (6,5% del total) y su potencia alcanza los 50.403 CV (6,48%), mientras que su eslora promedio supera los 10 metros. La antigüedad promedio de todos estos barcos es de 40 años, la mayor de toda España. La actividad pesquera ha ido perdiendo importancia en el Archipiélago y ahora representa menos del 0,5% del PIB canario. En Canarias hay 58 puertos pesqueros y en 2019 había 3 cofradías de pescadores. Dentro de la pesca realizada en aguas de Canarias, destacan las capturas de distintas especies de túnidos, seguidos por las sardinas, chicharros, caballas, bogas, pargos y burros. En la pesca artesanal, la ‘vieja’, sargos, galanas y palometas son las capturas principales. En el último ejercicio, la pesca capturada por los barcos canarios sumó 11.944 toneladas, por un valor de 29,82 millones de euros.

La producción acuícola de peces llegó a los 42 millones de euros y a las 7.192 toneladas. Las principales producciones acuícolas son la lubina y la dorada. Según datos del INE, había en 2019 un total de 12 empresas dedicadas al procesamiento y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Canarias Cifra de Negocio	% CANARIAS/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.521	1,3
Industria cárnica	176	0,7
Industria de Pescado	4	0,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	83	0,8
Aceites y Grasas	0	0
Productos Lácteos	235	2,5
Molinería y almidones	45	1,3
Panadería y pastas alimenticias	280	3,3
Azúcar, café, infusiones y confitería	63	1
Otros productos diversos	27	0,4
Productos alimentación animal	69	0,5
Bebidas espirituosas	39	3,8
Vinos	39	0,6
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	152	3,9
Bebidas no alcohólicas	304	5,4

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

CANARIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	57	2
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	12	1,8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	44	2,9
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	9	0,5
Fabricación de productos lácteos	172	9,5
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	41	9,6
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	447	3,8
Fabricación de otros productos alimenticios	153	4,7
Fabricación de bebidas	184	3,2
TOTAL	935	4,2

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Canarias tiene 2.237.200 habitantes y una extensión de 7.450 km², un 4,7% y un 1,5% sobre el total nacional, respectivamente. Las pernoctaciones anuales superan los 69 millones (un 61,6% en Las Palmas y un 38,4% en Santa Cruz de Tenerife). Comparando con los niveles nacionales, los consumidores canarios cuentan con un poder de compra inferior a la media nacional (cerca de un 21%). En Canarias se cuantifican 3.517 establecimientos comer-

ciales minoristas especializados en alimentación (Las Palmas tiene el 51,1% mientras que Santa Cruz de Tenerife llega al 48,9%). Por otra parte, en Canarias hay instalados 1.016 supermercados y 41 hipermercados; estos 1.057 establecimientos ocupan 647.151 m² y suponen una densidad comercial de 289,3 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para venta ambulante y mercadillos se cifran en 2.549, un 6,0% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANARIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	28.016	3.517	571	254	191	41	2.549
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,0	3,3	4,4	4,4	4,5	8,3	6,0

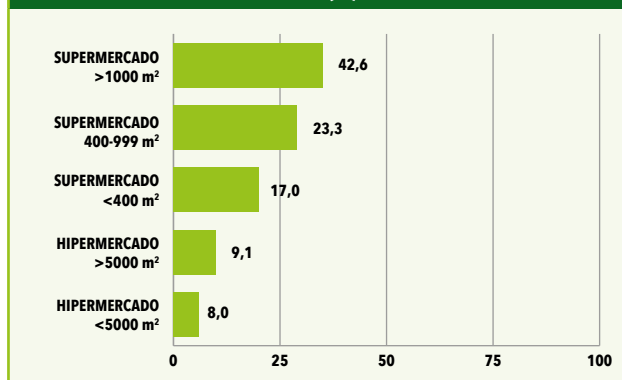
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.369,1 euros (un -9,1% inferior a la media nacional). Carne (17,6%), derivados lácteos (11,0%), pescado (9,3%), frutas frescas (10,4%), hortalizas frescas (7,0%), pan (4,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Canarias cuentan con un gasto superior en agua mineral (108,6%), zumo y néctar (35,3%), derivados lácteos (20,4%) y patatas (7,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-34,4%), carne (-22,2%), cervezas (-24,4%) platos preparados (-17,6%), pan (-15,5%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Canarias consumió 121 huevos, 38,1 kilos de carne, 15,7 kilos de pescado, 66,8 litros de leche, 41,9 kilos de derivados lácteos, 28,0 kilos de pan, 11,7 litros de aceite, 15,4 litros de cerveza, 50,2 kilos de hortalizas frescas, 87,2 kilos de frutas frescas, 12,5 kilos de platos preparados, 132,4 litros de agua embotellada y 36,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

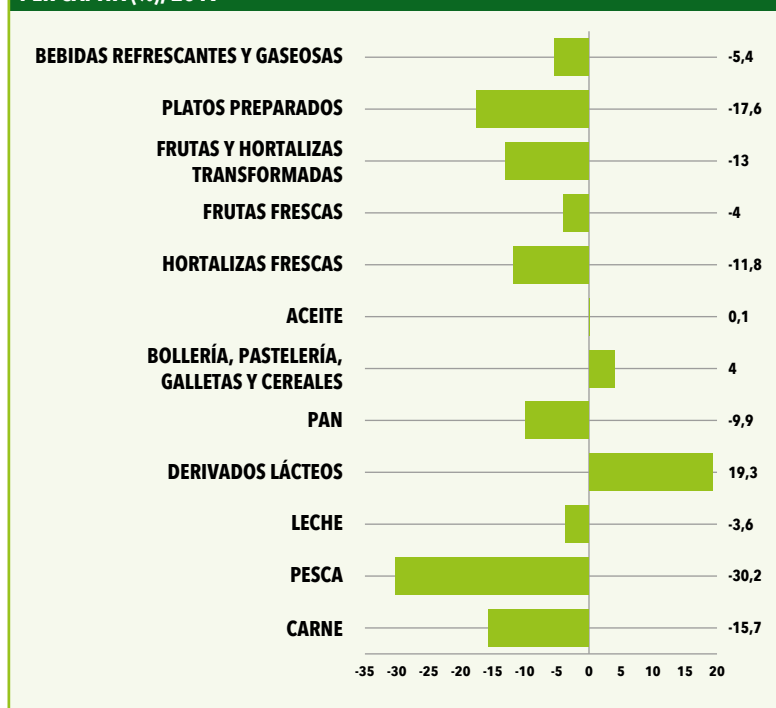
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANARIAS (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,5	1,4	-0,2
CARNE	241,4	17,6	-22,2
PESCA	128,0	9,3	-34,4
LECHE	45,6	3,3	-4,5
DERIVADOS LÁCTEOS	150,9	11,0	20,4
PAN	63,9	4,7	-15,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	61,0	4,5	-0,8
CHOCOLATES Y CACAOS	29,5	2,2	14,6
ACEITE	26,6	1,9	-9,3
VINO	25,9	1,9	3,7
CERVEZAS	18,1	1,3	-24,4
ZUMO Y NÉCTAR	11,6	0,8	35,3
PATATAS	28,2	2,1	7,0
HORTALIZAS FRESCAS	95,9	7,0	-10,3
FRUTAS FRESCAS	141,8	10,4	1,1
FRUTOS SECOS	25,6	1,9	6,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	24,8	1,8	-11,4
PLATOS PREPARADOS	53,8	3,9	-17,6
CAFÉS E INFUSIONES	22,5	1,6	-17,0
AGUA MINERAL	26,6	1,9	108,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	27,0	2,0	-17,8
OTROS PRODUCTOS	101,0	7,4	5,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.369,1	100,0	-9,1

DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Canarias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de derivados lácteos (19,3%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,0%) y aceite (0,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-30,2%), platos preparados (-17,6%), frutas y hortalizas transformadas (-13,0%), hortalizas frescas (-11,8%) y pan (-9,9%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
71 litros de agua mineral	12 unidades de huevos
5 litros de zumo y néctar	12 kilos de carne fresca
4 kilos de carne congelada	7 kilos de pescado
7 kilos de derivados lácteos	2 litros de leche
3 kilos de queso	4 kilos de frutas frescas
3 kilos de pan industrial	3 kilos de pan
2 kilo de yogurt	7 kilos de hortalizas frescas
2 litros de leche desnatada	3 litros de cerveza
1 kilo de azúcar	3 kilos de platos preparados
1 litro de vinos tranquilos	1 kilo de aceitunas
1 kilo de harinas y sémolas	1 litro de vinos y derivados
	2 litros de gaseosas

Hostelería y Restauración

Canarias cuenta con 16.496 locales para actividades de restauración y bares, llegando al 5,9% sobre el conjunto de España. El equipamiento en restaurantes y hoteles

es elevado en comparación con la media nacional (el tercero mayor en plazas hoteleras y el quinto mayor en restaurantes y comedores colectivos). ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANARIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANARIAS	16.496	7.533	8.058	905	249.317
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,9	9,3	4,4	5,0	16,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ABONA *

EL HIERRO *

GRAN CANARIA *

LANZAROTE *

LA GOMERA *

LA PALMA *

TACORONTE-ACENTEJO *

VALLE DE GÜIMAR *

VALLE DE LA OROTAVA *

YCODEN-DAUTE-ISORA *

ISLAS CANARIAS *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA
ECOLÓGICA DE CANARIAS *

* Inscrita en el Registro de la UE



DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

QUESO MAJORERO *

QUESO PALMERO *

QUESO DE FLOR DE GUÍA * /

QUESO DE MEDIA FLOR DE GUÍA * /

QUESO DE GUÍA

CONDIMENTOS Y DERIVADOS

COCHINILLA DE CANARIAS

FRUTAS Y HORTALIZAS

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS *

MIEL

MIEL DE TENERIFE *



INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HARINAS Y PANES

GOFIO CANARIO

FRUTAS Y HORTALIZAS

PLÁTANO DE CANARIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RONMIEL DE CANARIAS *



CANTABRIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cantabria fue en 2019 de 357,5 millones de euros, expresadas en precios básicos. De este total, unos 73 millones procedieron de la Producción Final Vegetal (PFV) y 271 millones de euros de la Producción Final Ganadera (PFG), según estimaciones realizadas.

El resto de la PFA (cerca de 13,5 millones de euros) fueron las aportaciones del grupo de otras producciones (como por ejemplo la forestal) y los servicios agrarios.

Si del valor de la PFA restamos los consumos intermedios y las amortizaciones, añadiendo las subvenciones no vinculadas a la producción, se obtiene la Renta Agraria, que en el caso de Cantabria se aproximó a 181 millones de euros a precios básicos, de acuerdo con las mismas estimaciones.

La evolución del sector ganadero de Cantabria estuvo marcada por la evolución del subsector de la carne de vacuno y de la leche de vaca. Los precios de la leche subieron de media un 3,5% y la producción (437.000 toneladas) quedó por encima de los niveles del año precedente (un 2% más). No obstante, con relación a la producción nacional, la leche de vaca producida en Cantabria siguió representando el 6%.

De la cantidad total producida, el 44% fueron entregas a industrias de la misma región y el resto en otras CC.AA. El número de ganaderos con entregas al acabar el año era de 1.185, cuando un año antes superaba los 1.260. Una parte de esta producción de leche (algo más del 1%) es ecológica.

Junto con la leche de vaca, la otra gran producción agraria de Cantabria es la carne. En 2019 la producción cárnica la encabezó el sector del bovino con 10.200 toneladas (volumen ligeramente inferior al del año anterior), seguida del equino (sumando asnos y mulos). Asimismo, se produjo carne de porcino y cantidades menores de carne de ovino y caprino.

En general, las producciones vegetales de Cantabria están destinadas a la alimentación animal, o bien son para



autoconsumo. En 2019 el balance no fue bueno para la patata, pues la cosecha se redujo un 50%. En Cantabria existe una marca de calidad diferenciada que es la “Patata de Valderredible”, un tubérculo de recolección tardía. Por su parte, se mantuvieron las producciones de cultivos forrajeros (maíz, etc.), así como también las pequeñas cosechas de cereales y de oleaginosas, como es el caso del girasol.

Además de estas producciones, también se recoge anualmente una pequeña cosecha de fruta, especialmente de pepita, y se produce vino, aunque cada vez en menor cantidad (910 hectolitros en el año 2019).

La agricultura cántabra se ha ampliado en los últimos años con cultivos como el del kiwi, que se adapta muy bien a las condiciones climáticas de estas tierras. En 2019 la producción se elevó a 180 toneladas.

Por su lado, la industria agroalimentaria de Cantabria tiene mucha importancia no sólo a nivel económico (aporta el 21% del PIB industrial), sino también social.

Respecto al comercio exterior, el valor de las exportaciones agroalimentarias de Cantabria fue de 318,2 millones de euros un 1,1% más que en 2018. Con respecto al conjunto del Estado, las exportaciones de esta región representaron el 0,6% del total nacional. ■

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANTABRIA	
MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2019
AVENA	0,06
CEBADA	0,4
GIRASOL	0,03
KIWI	0,18
MAÍZ FORRAJERO	21,5
MANZANA DE SIDRA	0,2
PATATAS	5,7
PIMIENTO	0,1
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	0,91
CARNE DE EQUINO	0,18
CARNE DE VACUNO	10,2
LECHE DE VACA	437
LECHE DE OVEJA	0,059
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	1.750

FUENTE: MAPA.

PESCA EN CANTABRIA

Las embarcaciones pesqueras de Cantabria son 132, apenas el 1,48% del total nacional. Su arqueo llega hasta los 7.062 GT (2,13%) y su potencia se acerca a los 18.072 GT (2,3%), mientras que su eslora media ronda los 17,25 metros. La antigüedad promedio de esta flota es de 21 años. En 2019, Cantabria contaba con 1 cofradía de pescadores. La pesca total de la región ascendió a 28.479 toneladas, por un valor de 42,6 millones de euros.

Los puertos que más pesca mueven son Santoña (40% del total), Laredo (19,4%) y San Vicente de la Barquera (16,5%). Además de éstos, los otros puertos pesqueros son Castro Urdiales, Colindres, Comillas, Santander y Suances. Las principales especies capturadas son anchoa, chicharro, sardina, caballa, bonito, merluza y rape. La producción acuícola en Cantabria alcanza un valor de un millón de euros, con un volumen de 511 toneladas. Las producciones más importantes dentro de la acuicultura son la trucha arco iris y la almeja japonesa. Según datos del INE, había en 2019 un total de 75 empresas dedicadas al procesamiento y conservación de pescados, crustáceos y mariscos, el 11% del total nacional. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA		
Subsectores	(Millones de Euros)	
	Cantabria Cifra de Negocio	% CANTABRIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.550	1,3
Industria cárnica	35	0,1
Industria de Pescado	200	3,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	3	0,0
Aceites y grasas	0	0,0
Productos Lácteos	347	3,7
Molinería y almidones	2	0,0
Panadería y pastas alimenticias	220	2,6
Azúcar, café, infusiones y confitería	588	9,5
Otros productos diversos	6	0,1
Productos alimentación animal	116	0,9
Bebidas Espirituosas	3	0,3
Vinos	2	0,0
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	1	0,0
Bebidas no alcohólicas	5	5

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

CANTABRIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	30	1,1
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	75	11,3
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	12	0,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	0	0
Fabricación de productos lácteos	53	2,9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	3	0,7
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	171	1,4
Fabricación de otros productos alimenticios	23	0,7
Fabricación de bebidas	37	0,7
TOTAL	367	1,7

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Cantabria tiene 582.360 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km². Santander cuenta con cerca de un tercio de la población. El gasto medio por persona de la población cántabra es superior a la media nacional (4,7% superior).

En Cantabria se contabilizan 6.514 establecimientos comerciales minoristas. Aquellos que se ciñen específicamente

a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 1.380. Esta comunidad autónoma cuenta con 427 supermercados y 6 hipermercados. Estos 433 establecimientos ocupan 204.831 m² y generan una densidad comercial de 351,7 m² cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 397 actividades (en torno al 0,9% sobre el total nacional). ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	6.514	1.380	264	110	53	6	397
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,2	1,3	2,0	1,9	1,2	1,2	0,9

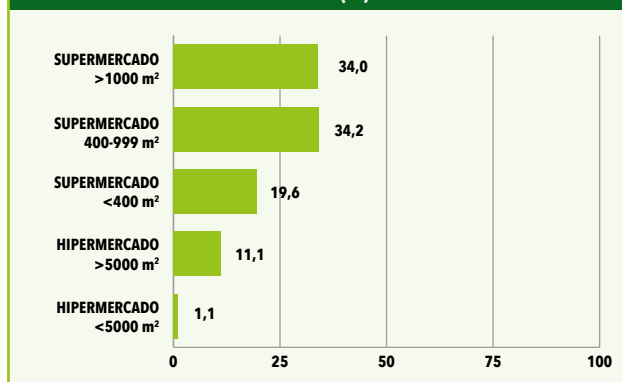
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.534,2 euros (un 1,8% superior a la media nacional). Carne (20,0%), pescado (12,2%), frutas frescas (8,5%), derivados lácteos (8,7%), hortalizas frescas (6,1%), pan (5,6%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Cantabria cuentan con un gasto superior en aceite (44,9%), vino (42,4%), huevos (17,2%), derivados lácteos (7,0%) y frutas y hortalizas transformadas (8,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cafés e infusiones (-28,5%), zumo y néctar (-17,9%), cervezas (-14,4%) y platos preparados (-17,6%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Cantabria consumió 161 huevos, 45,0 kilos de carne, 23,1 kilos de pescado, 77,4 litros de leche, 40,9 kilos de derivados lácteos, 36,0 kilos de pan, 15,3 litros de aceite, 11,5 litros de cerveza, 49,7 kilos de hortalizas frescas, 85,8 kilos de frutas frescas, 14,0 kilos de platos preparados, 44,6 litros de agua embotellada y 38,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

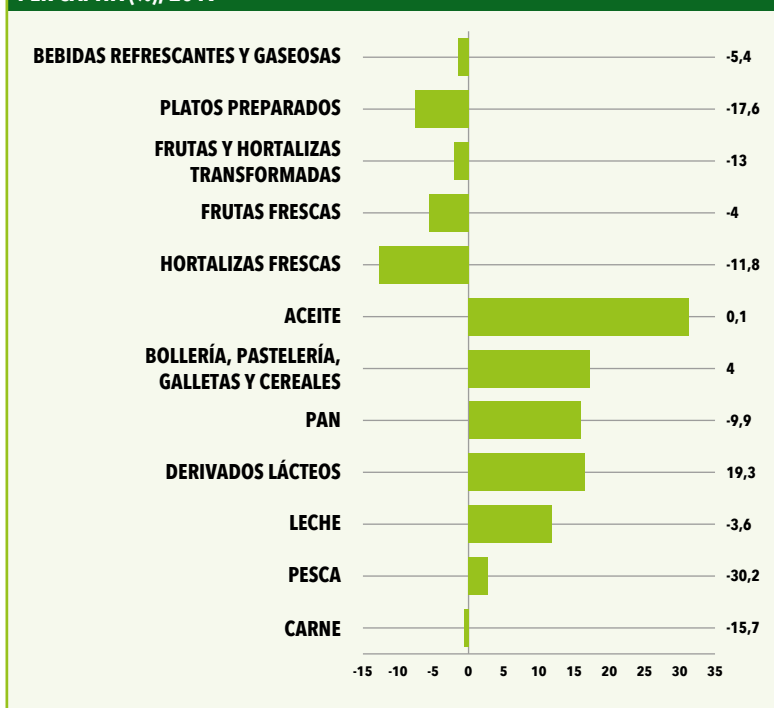
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANTABRIA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	22,9	1,5	17,2
CARNE	307,2	20,0	-1,0
PESCA	187,3	12,2	-4,0
LECHE	55,2	3,6	15,7
DERIVADOS LÁCTEOS	134,0	8,7	7,0
PAN	86,0	5,6	13,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	66,5	4,3	8,1
CHOCOLATES Y CACAOS	30,2	2,0	17,3
ACEITE	42,6	2,8	44,9
VINO	35,5	2,3	42,4
CERVEZAS	20,5	1,3	-14,4
ZUMO Y NÉCTAR	7,0	0,5	-17,9
PATATAS	30,9	2,0	17,3
HORTALIZAS FRESCAS	93,5	6,1	-12,6
FRUTAS FRESCAS	130,0	8,5	-7,4
FRUTOS SECOS	21,6	1,4	-10,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,4	2,0	8,5
PLATOS PREPARADOS	53,7	3,5	-17,6
CAFÉS E INFUSIONES	19,4	1,3	-28,5
AGUA MINERAL	11,0	0,7	-13,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	37,6	2,4	14,5
OTROS PRODUCTOS	111,2	7,2	16,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.534,2	100,0	1,8

DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Cantabria se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (31,3%), derivados lácteos (16,5%), bollería, pastelería, galletas y cereales (17,3%) y pescado (2,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-12,7%), platos preparados (-7,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-1,5%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
29 unidades de huevos	16 litros de agua mineral
1 kilos de pescado	7 litros de cervezas
6 kilos de derivados lácteos	6 litros de leche semidesnatada
4 kilos de yogur	1 litros de zumo y néctar
3 kilos de carne de vacuno	5 kilos de frutas frescas
6 kilos de patatas	7 kilo de hortalizas frescas
4 litros de aceite	1 kilo de carne de pollo
8 litros de leche líquida	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
2 litros de vinos y derivados	1 litros de vino sin DOP
1 kilo de pan industrial	1 kilo de platos preparados
2 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 litros de gaseosa y bebidas refrescantes

Hostelería y Restauración

Las actividades dedicadas a servicios de restauración y bares se cifran en 3.642 (un 1,3% sobre el total nacional). Respecto a otras comunidades autónomas, Cantabria cuenta con un equipamiento de restaurantes, bares y ho-

teles reducido (por ejemplo, ocupa el décimo quinto lugar en número de bares y el décimo cuarto en número de restaurantes). ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANTABRIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANTABRIA	3.642	930	2.619	93	15.897
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,3	1,2	1,4	0,5	1,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

PICÓN BEJES-TRESVISO *

QUESO-NATA DE CANTABRIA *

QUESUCOS DE LIÉBANA *

MIEL

MIEL DE LIÉBANA ****

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE CANTABRIA *

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

SOBAO PASIEGO *

VINOS DE LA TIERRA

LIÉBANA

COSTA DE CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

PATATA

PIMIENTO DE ISLA

PUERRO

TOMATE

QUESO DE OVEJA CURADO

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS
DE ESPECIES CINÉGÉTICAS

AGUARDIENTE DE ORUJO

BERZA "ASA DE CÁNTARO"

LECHE PASTEURIZADA

CARICO MONTAÑÉS

ARÁNDANO

SEMICONSERVA DE FILETES DE ANCHOA EN ACEITE

LIMÓN

HUEVOS DE GALLINAS CAMPERAS

AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA



**** Protección nacional transitoria / * Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA-LA MANCHA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

Expresada en precios básicos, la Producción Final Agraria (PFA) ascendió en 2019 a 5.629 millones de euros, según estimaciones realizadas. A esta cantidad, la Producción Final Vegetal (PFV) contribuyó con 3.530 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 1.799 millones de euros. El resto de la PFA fueron aportaciones del sector servicios y de otras producciones agrarias, que sumaron cerca de 300 millones de euros, según las mismas estimaciones.

El gasto en consumos intermedios supuso en 2019 un coste superior al del año precedente, como consecuencia del encarecimiento de los fertilizantes, los piensos y el combustible. Finalmente, la Renta Agraria se estimó en cerca de 2.9000 millones de euros.

Al contrario que en el año precedente, el año agrícola 2019 se caracterizó por las malas cosechas de cereales y uva de vinificación. En esta región, un 65% la PFA procede de las producciones vegetales, entre las que destacan las hortalizas (que aportan aproximadamente el 30%), las frutas y el vino.

Castilla-La Mancha es la primera región vitivinícola de España y también de la Unión Europea. Tras la producción récord del año anterior, en 2019 casi no se superaron los 20 millones de hectolitros de vino y mosto, un volumen inferior en un 30% al de la campaña precedente, lo que supuso un retroceso considerable de valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria.

Por el contrario, el sector de las hortalizas también tuvo un buen balance, pues en general las cosechas resultaron mucho mejores que las del año precedente, especialmente las de cebollas, lechuga, brócoli y sandía. La cosecha de ajos, una de la más representativas entre las hortalizas, tuvo también un saldo positivo (aumentó un 5% la producción).

No obstante, dentro de las hortalizas hubo algunas producciones como el melón o el tomate cuyas producciones fueron inferiores.

Al igual que el ajo, el champiñón es otra producción agrícola muy representativa de esta tierra. En 2019 el balance para el cultivo fue malo y la cosecha regional bajó un 5%.

Por su parte, la campaña de aceite de oliva (2018/2019) fue mejor que la anterior, pero la siguiente (2019/2020) fue mucho peor (se produjo un descenso del 64%).

En general, la campaña de cereales de siembras de invierno fue muy mala, con descensos en las cosechas de trigo (16%) y cebada (21%). Asimismo, la cosecha de maíz fue un 1% peor que la de 2018, mientras que la producción de girasol descendió un 23% sobre la cosecha del año precedente.

En el mismo sentido, la producción de almendra fue mucho peor que la del año anterior (24% menor) y entre las frutas de hueso (como por ejemplo el melocotón) se produjeron importantes caídas de cosecha.

Con respecto al sector ganadero, que aporta el 32% de la PFA, las aportaciones a la renta más importantes son las que hace el subsector cárnico y especialmente el porcino y el ovino-caprino. En 2019 la producción de carne de porcino volvió a crecer y se elevó a casi 396.000 toneladas, al tiempo que subieron los precios. Por el contrario, se redujo un 2% la producción de carne de ovino (16.200 toneladas) y bajaron sus precios.

En general, las producciones de leche (vaca, oveja y cabra) fueron superiores en volumen y también consiguieron mejores precios, lo que dio lugar a un aumento de su valor de cara a calcular la renta agraria regional. Así, se produjeron 268.000 toneladas de leche de vaca; casi 160.000 toneladas de leche de oveja y 82.600 toneladas de leche de cabra.

Por lo que respecta a las exportaciones agroalimentarias, la evolución fue positiva en consonancia con los años precedentes. En concreto, el valor de las ventas superó los 2.611,7 millones de euros, un 1,8% más que un año antes. Las exportaciones agroalimentarias de Castilla-La Mancha representaron el 5,2% del total nacional. ■

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA-LA MANCHA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS	
	AÑO 2019	
ACEITE DE OLIVA	63,4	
AJOS	173	
ALMENDRA CÁSCARA	53,5	
AVENA	265,6	
BRÓCOLI	28,2	
CEBADA	1.918,5	
CEBOLLAS	812,3	
CHAMPIÑÓN	72,1	
COLZA	30,2	
GIRASOL	116	
LECHUGA	68,5	
LENTEJAS	29,8	
MAÍZ	238,3	
MELOCOTÓN	35,4	
MELONES	181,7	
PATATAS	67	
PIMIENTOS	46,8	
SANDÍAS	187,6	
TOMATE	73,9	
TRIGO	646	
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	20.013,30	
ZANAHORIAS	17,4	
CARNE DE VACUNO	55	
CARNE DE PORCINO	396	
CARNE DE OVINO	16,2	
CARNE DE AVES	61,3	
CARNE DE CONEJO	4	
LECHE DE CABRA	82,6	
LECHE DE OVEJA	159,9	
LECHE DE VACA	268	
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	296.300	

FUENTE: MAPA.


DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Castilla-La Mancha Cifra de Negocio	% CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	8.147	6,9
Industria cárnica	2.294	8,8
Industria de Pescado	4	0,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	390	3,9
Aceites y Grasas	668	5,6
Productos Lácteos	1.392	15
Molinería y almidones	180	5,1
Panadería y pastas alimenticias	321	3,8
Azúcar, café, infusiones y confitería	261	4,2
Otros productos diversos	145	2,1
Productos alimentación animal	413	3,2
Bebidas espirituosas	161	15,5
Vinos	1.313	18,9
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	127	3,2
Bebidas no alcohólicas	443	7,9

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

CASTILLA-LA MANCHA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	250	8,8
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	9	1,4
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	96	6,4
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	198	11,3
Fabricación de productos lácteos	160	8,9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	39	9,1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	937	7,9
Fabricación de otros productos alimenticios	160	4,9
Fabricación de bebidas	502	8,9
TOTAL	1.849	8,4

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Castilla-La Mancha cuenta con 2.045.390 habitantes y 79.409 km² de extensión. Las provincias de Toledo y Ciudad Real superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-manchego está por debajo de la media nacional (un 16,5%).

En Castilla-La Mancha hay 24.339 locales comerciales minoristas. Los establecimientos especializados en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.516.

Toledo tiene el 32,4%; Ciudad Real, el 27,6%; Albacete, el 20,5%; Cuenca, el 11,0%; y Guadalajara, el 8,5%. Esta comunidad autónoma cuenta con 1.185 supermercados y 20 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 589.441 m² y una densidad comercial de 288,2 m² por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 1.962 actividades, un 4,6% sobre el conjunto de España. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	24.339	4.516	781	238	166	20	1.962
CASTILLA-LA MANCHA / ESPAÑA (%)	4,4	4,2	6,0	4,1	3,9	4,0	4,6

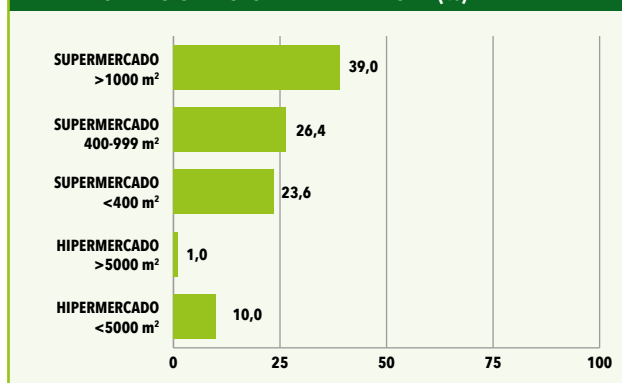
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.337,4 euros (un -11,2% inferior a la media nacional). Carne (23,1%), pescado (13,0%), frutas frescas (8,7%), derivados lácteos (7,4%), pan (5,2%), hortalizas frescas (6,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla-La Mancha cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (5,8%), leche (10,1%) y cervezas (3,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-54,2%), frutos secos (-20,6%), aceite (-26,1%) y café e infusiones (-30,0%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Castilla-La Mancha consumió 116 huevos, 48,8 kilos de carne, 21,4 kilos de pescado, 77,3 litros de leche, 31,1 kilos de derivados lácteos, 30,3 kilos de pan, 10,0 litros de aceite, 20,5 litros de cerveza, 45,7 kilos de hortalizas frescas, 81,9 kilos de frutas frescas, 14,7 kilos de platos preparados, 67,1 litros de agua embotellada y 46,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

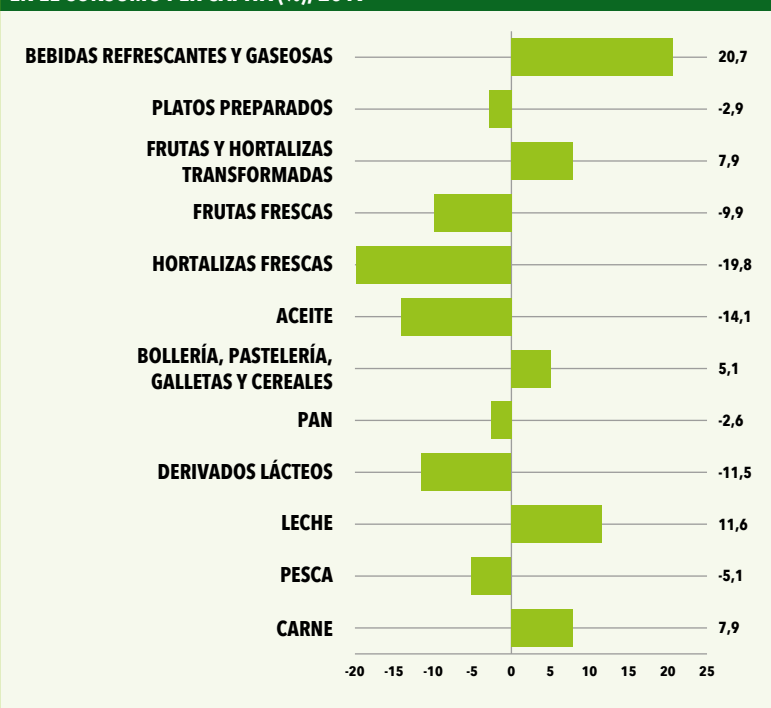
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA-LA MANCHA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	14,9	1,1	-23,7
CARNE	309,6	23,1	-0,3
PESCA	173,9	13,0	-10,8
LECHE	52,6	3,9	10,1
DERIVADOS LÁCTEOS	98,4	7,4	-21,5
PAN	69,7	5,2	-7,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	59,1	4,4	-3,9
CHOCOLATES Y CACAOS	21,5	1,6	-16,5
ACEITE	21,7	1,6	-26,1
VINO	11,4	0,9	-54,2
CERVEZAS	24,8	1,9	3,3
ZUMO Y NÉCTAR	6,8	0,5	-20,7
PATATAS	23,5	1,8	-10,5
HORTALIZAS FRESCAS	83,1	6,2	-22,3
FRUTAS FRESCAS	115,9	8,7	-17,4
FRUTOS SECOS	19,2	1,4	-20,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,8	1,9	-7,8
PLATOS PREPARADOS	59,5	4,4	-8,8
CAFÉS E INFUSIONES	19,0	1,4	-30,0
AGUA MINERAL	11,5	0,9	-10,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	34,7	2,6	5,8
OTROS PRODUCTOS	80,9	6,0	-15,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.337,4	100,0	-11,2

DESVIACIÓN DE CASTILLA-LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Castilla-La Mancha se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (20,7%), leche (11,6%), bollería, pastelería y cereales (5,1%), frutas y hortalizas transformadas (7,9%) y carne (7,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-19,8%), aceite (-14,1%), derivados lácteos (-11,5%), frutas frescas (-9,9%) y platos preparados (-2,9%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
8 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	11 kilos de hortalizas frescas
9 litros de leche esterilizada	9 kilos de frutas frescas
8 litros de leche envasada	17 unidades de huevos
8 litros de leche líquida	4 kilos de derivados lácteos
6 litros de agua mineral	2 kilos de patatas
4 kilos de carne	3 litros de leches fermentadas
3 kilos de carne fresca	2 kilos de queso
2 kilo de carne de cerdo	2 litros de aceite
2 litro de cervezas	3 litros de vino y derivados
1 kilo de carne transformadas	1 kilo de arroz
1 litro de aceite de girasol	1 kilos de pan

Hostelería y Restauración

Los locales relacionados con actividades de restauración y bares son 10.539 (un 3,8% sobre el total nacional) y se distribuyen principalmente en Toledo (31,9%), Ciudad

Real (23,6%) y Albacete (21,1%). Castilla-La Mancha ocupa el noveno lugar en número de bares y el décimo en plazas hoteleras. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA-LA MANCHA	10.530	2.078	7.880	572	31.574
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	3,8	2,6	4,3	3,2	2,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



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
 LOS CERRILLOS
 DEHESA DEL CARRIZAL
 DOMINIO DE VALDEPUSA
 FINCA ÉLEZ
 GUIJOSO
 LA JARABA
 PAGO FLORENTINO
 VALLEGARCIA
 EL VICARIO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/^o
 CORDERO MANCHEGO ^o
 CORDERO SEGUREÑO **/^o

HORTALIZAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS ^o
 BERENJENA DE ALMAGRO ^o
 MELÓN DE LA MANCHA ^o

TURRONES, BOLLERÍA Y DULCES

MAZAPÁN DE TOLEDO ^o

HARINAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL ^o

VINOS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA



DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA ^o
 ACEITE CAMPO DE MONTEL ^o
 ACEITE DE LA ALCARRIA ^o
 MONTES DE TOLEDO ^o

QUESOS

QUESO MANCHEGO ^o

CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE LA MANCHA ^o

JAMONES

GUIJUELO **/^o

MIEL

MIEL DE LA ALCARRIA ^o

ARROCES

CALASPARRA **/^o

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ^o

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

^o Denominación en tramitación / ^{**} Denominación compartida con otras CC AA / ^{***} Denominación en proyecto / ^o Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA Y LEÓN

AGRICULTURA Y GANADERÍA

Se estima que el valor alcanzado por la Renta Agraria regional en 2019 fue de 2.494 millones de euros. Esta cifra, menor que el del año precedente, fue consecuencia de la mala evolución de la Producción Final Vegetal (PFV), con los cereales a la cabeza.

Más en concreto, la Producción Final Agraria (PFA) alcanzó un valor de 6.294 millones de euros, de los que 2.721 millones de euros correspondieron a la PFV y 3.190 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). La aportación a la renta de los servicios y las otras producciones agrarias rondó los 380 millones de euros, según estimaciones.

Como suele ser habitual, los cereales generaron el 50% de la PFA, de ahí que su negativa evolución lastrara al conjunto de la agricultura. En 2019 la producción de cebada descendió un 23% y la de trigo un 34%, pero sin embargo la de maíz fue mayor (19%).

A muy larga distancia, el segundo grupo de cultivos en importancia económica fue del de las plantas industriales, en el que se incluyen desde la remolacha- un cultivo vital en la región- a las oleaginosas. En el año 2019 fue mayor la producción de remolacha (11%), pero entre las oleaginosas hubo caídas (24% en girasol y 6% en colza).

El sector vitivinícola es el cuarto en importancia, de cara al cálculo de la renta agraria regional. La producción regional de vino y mosto de 2019 resultó un 16% menos, con algo más de 1,9 millones de hectolitros, de los cuales la mayor parte fueron producidos en bodegas pertenecientes a alguna de las denominaciones de origen de la región.

Entre las hortalizas y tubérculos destacó la cosecha de patata, que superó las 933.000 toneladas, un volumen superior en un 15% al del año precedente. Otros cultivos hortícolas importantes para la región fueron las cebollas, las zanahorias y los ajos, que también saldaron el año con mayores cosechas.

Castilla y León tiene también una pequeña producción de aceite de oliva, que cada año se va incrementando



poco a poco. En la campaña 2019/2020 se produjeron en la región 1.400 toneladas, un 17% más que en la campaña anterior.

De cara a la renta agraria, la importancia de la agricultura y de la ganadería en la región está muy equilibrada, pero en los últimos años la segunda gana sobre la primera por su evolución positiva en cuanto a precios y producciones. El sector ganadero que más aportó a al renta agraria regional fue el porcino con cerca del 36% de todo el valor generado por la PFG; el segundo fue el vacuno de carne y el tercero, el sector de la producción de leche (vaca, oveja y cabra). En 2019 aumentó la producción regional de carne, excepto en el caso del ovino y el caprino. Los precios del porcino fueron también mejores que los del año anterior.

Por su lado, la producción de leche de vaca se elevó un 2% por encima del año precedente, hasta las 930.000 toneladas. Además, en la región se produjeron 293.800 toneladas de leche de oveja (la mayor producción de España, aunque fue un 1% inferior a la de un año antes) y

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA Y LEÓN

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	1,4
AJOS	20,4
ALUBIA-JUDÍAS SECA	8,4
AVENA	122,9
CEBADA	2.336,7
CEBOLLAS	81,2
COLZA	48,9
GARBANZOS	6,2
GIRASOL	312,4
GUISANTES SECOS	41,5
LECHUGAS	11,2
LENTEJAS	4,7
MAÍZ	1.396,5
MANZANAS MESA	47,5
PATATAS	933
PUERRO	35,5
PERA	13,8
REMOLACHA AZUCARERA	2.125,80
TRIGO	2.370,40
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	1.949,5
ZANAHORIAS	185,6
CARNE DE AVES	131,3
CARNE DE CAPRINO	0,8
CARNE DE CONEJO	11
CARNE DE OVINO	27,6
CARNE DE PORCINO	648
CARNE DE VACUNO	114,2
LECHE DE CABRA	28,7
LECHE DE OVEJA	293,8
LECHE DE VACA	930
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	176.900

FUENTE: MAPA.

28.700 toneladas de leche de cabra, un 2% más que un año antes.

También fueron importantes las producciones de huevos (16% del total nacional y la segunda producción más alta del país) y de miel (su aportación a la renta agraria regional es pequeña).

Con respecto al comercio exterior, las exportaciones agrarias de Castilla y León crecieron un 9,3% en 2019 hasta alcanzar un valor de 2.307,2 millones de euros (el 4,6% del total nacional). ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Castilla y León Cifra de Negocio	% CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	10.135	8,5
Industria cárnica	2.464	9,5
Industria de Pescado	203	3,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	528	5,3
Aceites y Grasas	37	0,3
Productos Lácteos	1.548	16,7
Molinería y almidones	274	7,8
Panadería y pastas alimenticias	1.206	14,3
Azúcar, café, infusiones y confitería	698	11,3
Otros productos diversos	489	7,1
Productos alimentación animal	1650	12,6
Bebidas espirituosas	216	20,8
Vinos	661	9,5
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Bebidas no alcohólicas	137	2,4

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

CASTILLA Y LEÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	786	27,7
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	11	1,7
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	89	5,9
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	23	1,3
Fabricación de productos lácteos	174	9,6
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	60	14
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.071	9,1
Fabricación de otros productos alimenticios	128	3,9
Fabricación de bebidas	719	12,7
TOTAL	2.342	10,6

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Castilla y León tiene 2.401.230 habitantes y una extensión de 93.900 km², un 5,1% y un 18,6% sobre el total nacional, respectivamente. León, Valladolid, Salamanca y Burgos son las cuatro provincias que superan los 300.000 habitantes. En función del gasto medio por persona, y comparado con los niveles nacionales, Castilla y León tiene un poder de compra ligeramente inferior a la media nacional (cerca de 3 puntos).

En Castilla y León se cuantifican 6.394 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación.

Valladolid tiene el 19,9%; León llega al 19,1%; Salamanca cuenta con un 14,0%; Burgos tiene el 14,2%; Palencia un 6,9%; Ávila un 7,4%; Zamora un 7,9%; Segovia un 6,8%; y, por último, Soria un 3,8%.

En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.262 supermercados y 24 hipermercados (estos 1.262 establecimientos ocupan 699.562 m² y suponen una densidad comercial de 291,3m² por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 1.653 actividades de comercio ambulante y mercadillos, el 3,9% del total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	29.592	6.394	694	344	200	24	1.653
CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA (%)	5,3	6,0	5,4	5,9	4,7	4,9	3,9

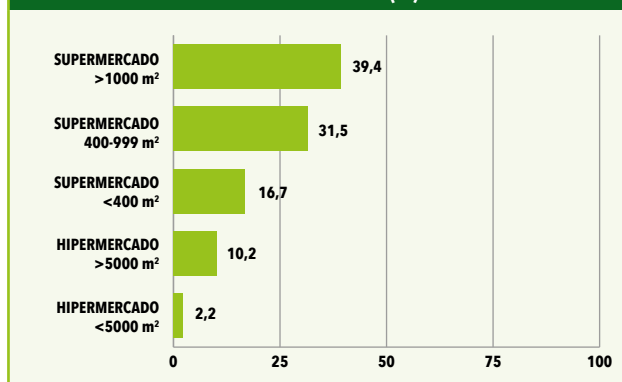
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.569,5 euros (un 4,2% superior a la media nacional). Carne (23,9%), pescado (14,5%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (7,1%), pan (5,7%), hortalizas frescas (6,5%) y leche (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (38,9%), aceite (19,0%), carne (20,8%), pescado (16,9%) y pan (18,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-23,0%), cervezas (-22,3%), agua mineral (-36,8%), zumo y néctar (-27,4%), patatas (-20,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (-26,5%) y platos preparados (-20,3%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Castilla y León consumió 147 huevos, 54,3 kilos de carne, 27,6 kilos de pescado, 98,2 litros de leche, 32,1 kilos de derivados lácteos, 38,3 kilos de pan, 14,6 litros de aceite, 13,7 litros de cerveza, 56,2 kilos de hortalizas frescas, 104,7 kilos de frutas frescas, 13,1 kilos de platos preparados,

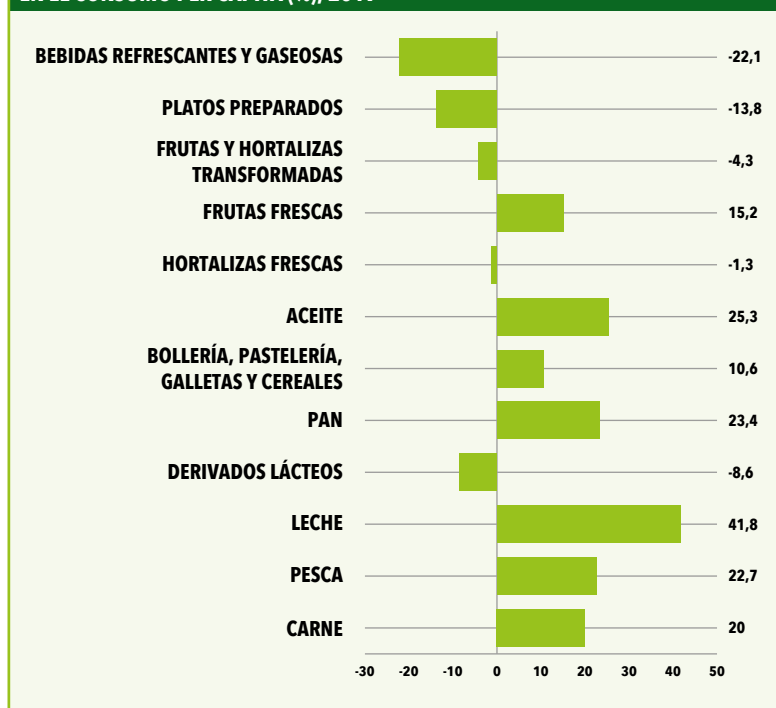
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA Y LEÓN (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,2	1,3	3,8
CARNE	375,0	23,9	20,8
PESCA	228,0	14,5	16,9
LECHE	66,3	4,2	38,9
DERIVADOS LÁCTEOS	111,0	7,1	-11,4
PAN	89,2	5,7	18,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	62,5	4,0	1,7
CHOCOLATES Y CACAOS	26,4	1,7	2,4
ACEITE	35,0	2,2	19,0
VINO	19,2	1,2	-23,0
CERVEZAS	18,6	1,2	-22,3
ZUMO Y NÉCTAR	6,2	0,4	-27,4
PATATAS	20,9	1,3	-20,8
HORTALIZAS FRESCAS	102,3	6,5	-4,4
FRUTAS FRESCAS	150,4	9,6	7,1
FRUTOS SECOS	20,3	1,3	-15,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,3	1,7	-6,0
PLATOS PREPARADOS	52,0	3,3	-20,3
CAFÉS E INFUSIONES	21,1	1,3	-22,1
AGUA MINERAL	8,1	0,5	-36,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	24,1	1,5	-26,5
OTROS PRODUCTOS	86,3	5,5	-9,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.569,5	100,0	4,2

DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



45,6 litros de agua embotellada y 30,3 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 (41,8%), aceite (25,3%), pan (23,4%), carne (20,0%) y pescado (22,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-22,1%), platos preparados (-13,8%), derivados lácteos (-8,6%), frutas y hortalizas transformadas (-4,3%) y hortalizas frescas (-1,3%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
29 litros de leche	10 litros de bebidas refrescantes
14 unidades de huevos	15 litros de agua mineral
14 kilos de frutas frescas	1 kilos de hortalizas frescas
9 kilos de carne fresca	4 kilos de patatas
7 kilos de pan	4 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	3 kilos de derivados lácteos
3 litros de aceite	2 kilos de platos preparados
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de batidos de leche
3 kilos de carne de cerdo	1 kilo de queso
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de arroz
1 kilo de azúcar	1 kilo de pastas
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	2 litro de zumo y néctar
1 litro de gaseosas	

Hostelería y Restauración

Hay 16.327 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 5,8% sobre el conjunto del país, lo que sitúa a Castilla y León como la sexta comunidad autónoma con mayor número de estableci-

mientos. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Castilla y León ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA Y LEÓN	16.327	2.835	12.998	494	57.962
CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA (%)	5,8	3,5	7,2	2,7	3,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



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

GUIJUETO **/°

QUESOS

QUESO ZAMORANO °

FRUTAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO °

PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEQUILLA DE SORIA °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

LEGUMBRES

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN °
GARBANZO DE FUENTESAÚCO °
JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA °
LENTEJA DE LA ARMUÑA °
LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS °

HORTALIZAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO °
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE °

EMBUTIDOS

BOTILLO DEL BIERZO °
CHORIZO DE CANTIMPALOS

SALAZONES

CECINA DE LEÓN °

BOLLERÍA Y DULCES

MANTECADAS DE ASTORGA °

QUESOS

QUESO DE VALDEÓN °
QUESO LOS BEYOS **

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/°
CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA °
LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN °
TERNERA DE ALISTE

MARCAS DE CALIDAD

CARNES

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA
COCHINILLO DE SEGOVIA
LECHAZO DE LA MESETA CASTELLANOLEONESA
TERNERA CHARRA

BOLLERÍA Y DULCES

TORTA ARANDA
HORNAZO DE SALAMANCA

VINOS

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

HARINAS Y DERIVADOS

HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
PAN DE VALLADOLID

FRUTAS Y HORTALIZAS

AJO DE VALLELADO
CASTAÑA DEL BIERZO
CEREZA DE LAS CADERECHAS
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO
PERA CONFERENCIA DEL BIERZO
MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS
LECHUGA DE MEDINA
SETAS DE CASTILLA Y LEÓN

LEGUMBRES

GARBANZO DE PEDROSILLO
JUDIÓN DE LA GRANJA

SALAZONES Y EMBUTIDOS

CECINA DE VILLARRAMIEL
CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
CHORIZO ZAMORANO
IBÉRICOS DE SALAMANCA
CHORIZO DE LEÓN
TORREZNO DE SORIA

QUESOS

QUESO CASTELLANO
QUESO ARIBES DE SALAMANCA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA AGRICULTURA
ECOLÓGICA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE LA TIERRA

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SIERRA DE SALAMANCA
VALLES DE BENAVENTE
VALTIENDAS

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC.AA / ° Inscrita en el Registro de la UE



CATALUÑA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cataluña, medido a precios básicos, ascendió en 2019 a 4.690 millones de euros, de acuerdo con estimaciones realizadas. La Producción Final Vegetal (PFV) aportó a la PFA 1.577 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) 2.992 millones de euros.

El resto de la PFA lo aportaron otras producciones agrarias y el sector servicios agrarios (unos 125 millones de euros aproximadamente). Los precios de los consumos intermedios, especialmente los de los piensos animales y fertilizantes, subieron considerablemente.

Una vez descontados los consumos intermedios se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió en 2019 a 1.650 millones de euros, de acuerdo con las estimaciones realizadas.

El sector ganadero lidera la PFA catalana, aportando anualmente en torno al 64% del total. El subsector que lidera la producción ganadera catalana es, con mucha

diferencia respecto al resto, el porcino que aporta el 58% de toda la PFG.

En 2019 se produjo una subida importante de los precios de la carne de porcino, que se vio amplificada por un aumento del volumen de producción (un 1% más, hasta superar los 1,89 millones de toneladas). Ese año, Cataluña aportó un 41% de la producción total de España.

Por detrás del sector porcino, y a mucha diferencia, se situó el sector de la carne de pollo, con una producción de 336.000 toneladas (un 14% menos) y tras éste, el de la carne de vacuno con 149.300 toneladas (11,5% más). Cataluña fue la región con más producción de carne de vacuno de España: el 21% del total.

En cuanto al sector lácteo, la producción de leche de vaca se incrementó ligeramente hasta las 743.000 toneladas y los precios fueron mejores que un año antes. El grueso de la producción, que representó el 10,3% del

total nacional, se entregó en industrias lácteas de la región (61% frente al 39% que se entregó a industrias de fuera).

La producción láctea catalana se completó con las aportaciones de leche de cabra y de oveja. La primera aumentó un 4% con respecto al año anterior y la segunda, mucho menos importante, descendió un 3%.

Por su parte, en la PFV -que representa casi el 37% de la PFA regional- la producción de frutas es la más destacada, por delante de la de hortalizas y de la de cereales. Las cosechas de fruta de hueso (melocotón y nectarina) fueron mucho mejores que las del año anterior, pero la de cereza descendió un 6%. Igualmente fueron más bajas las producciones de cítricos y, por su lado, las producciones hortícolas tampoco tuvieron un buen balance, especialmente en el caso de la cebolla.

La producción de vino y mosto fue la segunda de España, pero registró un descenso del 2% con respecto al año anterior (se produjeron 3,2 millones de hectolitros). De esta producción regional, el grueso fue producido por bodegas amparadas por una denominación de origen.

En el sector de los cereales hubo menores cosecha por el efecto de la sequía, tanto en los de siembra de invierno (trigo y cebada), como en los de siembras de primavera (maíz). Asimismo, la producción de arroz fue inferior a la del año precedente (un 1% menos).

En sentido contrario, la producción de aceite (campaña 2018/2019) resultó peor que la anterior, pero en la siguiente campaña se disparó la producción más de un 60%.

En cuanto al comercio exterior agroalimentario, en 2019 se registró un incremento de las exportaciones agroalimentarias del orden del 8,5% hasta alcanzar un valor de 10.677,4 millones de euros, el 21,2% del total nacional. ■

PESCA EN CATALUÑA

La flota pesquera catalana está compuesta por 670 embarcaciones, lo que representa el 7,5% del total español. Su arqueo llega a 17.884 GT (5,4%) y su potencia a los 77.506 CV (9,9% del total nacional), mientras que su esloro total promedio de esta flota se sitúa en 14 metros.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CATALUÑA	
PRODUCTO	MILES DE TONELADAS AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	29,9
ACEITUNA DE MESA	0,9
ALCACHOFAS	11,1
ALMENDRAS CÁSCARA	22,3
ARROZ CÁSCARA	145,4
AVELLANA CÁSCARA	11,7
CALABACÍN	6,9
CEBADA	557,4
CEBOLLAS	32,8
CEREZAS	6,4
COLIFLORES	6,8
COLZA	18
JUDÍAS VERDES	6,5
LECHUGAS	19,6
MAÍZ	330
MANDARINAS-CLEMENTINAS	71
MANZANA DE MESA	291,6
MELOCOTONES	287,8
MELONES	4,4
NARANJAS	25,5
NECTARINAS	230
PATATAS	19,3
PEPINO	13,5
PERAS	134,2
SANDÍAS	8,2
TOMATES	43,8
TRIGO	265,9
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	3.263,5
CARNE DE VACUNO	149,3
CARNE DE PORCINO	1.893,80
CARNE DE EQUINO	0,86
CARNE DE CAPRINO	0,55
CARNE DE CONEJO	12,2
CARNE DE AVES	336,8
CARNE DE OVINO	16,6
CARNE DE CAPRINO	0,58
LECHE DE OVEJA	0,87
LECHE DE CABRA	5,6
LECHE DE VACA	743
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	105.600

FUENTE: MAPA.

La antigüedad promedio de todas estas embarcaciones llega hasta los 31 años. En 2019, Cataluña tenía 19 cofradías de pescadores. Las capturas de la flota pesquera de Cataluña llegaron en 2019 a 27.135 toneladas, entre las que destacan el boquerón, la sardina, el rape, la merluza y el salmonete. El valor de esta pesca fresca desembarcada alcanzó en primera venta los 111,56 millones de euros.

En esta comunidad autónoma hay 40 puertos pesqueros y 24 lonjas de primera venta, pero los puertos más importantes son los de Tarragona, Vilanova y la Geltrú, Barcelona y Blanes. Por su lado, las producciones acuícolas catalanas llegaron hasta las 8.405 toneladas, por un valor de 42 millones de euros. Entre todas las producciones destacaron el mejillón y la trucha. Según datos del INE, había en 2019 sólo 6 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CATALUÑA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Cataluña Cifra de Negocio	% CATALUÑA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	27.939	23,5
Industria cárnica	9.243	35,6
Industria de Pescado	246	4,2
Prep./Conservas frutas y hortalizas	926	9,2
Aceites y Grasas	2.378	19,8
Productos Lácteos	908	9,8
Molinería y almidones	701	19,9
Panadería y pastas alimenticias	1.776	21,1
Azúcar, café, infusiones y confitería	2.241	36,1
Otros productos diversos	2.037	29,4
Productos alimentación animal	4.461	34,1
Bebidas espirituosas	148	14,2
Vinos	1.346	19,3
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	309	7,9
Bebidas no alcohólicas	1.028	18,4

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

CATALUÑA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	626	22,1
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	6	0,9
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	117	7,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	196	11,1
Fabricación de productos lácteos	184	10,2
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	64	14,9
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.066	9
Fabricación de otros productos alimenticios	673	20,6
Fabricación de bebidas	820	14,5
TOTAL	2.932	13,3

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes -7.652.070, un 16,2% sobre el total nacional-. Barcelona cuenta con más del 70% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km². El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está un 10,4% por encima de la media nacional. Los locales especializados en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 19.901 (un 18,7% sobre

el total nacional); Barcelona tiene el 72,9%; Girona, el 11,3%; Tarragona, el 9,9%; y Lleida, el 5,9%. Cataluña cuenta con 4.129 supermercados y 72 hipermercados; estos 4.129 establecimientos ocupan 2.218.319 m² y suponen una densidad comercial de 289,9 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para la venta ambulante y en mercadillos suman 7.094, un 16,7% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CATALUÑA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	90.970	19.901	2.377	1.018	662	72	7.094
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,3	18,7	18,4	17,5	15,5	14,6	16,7

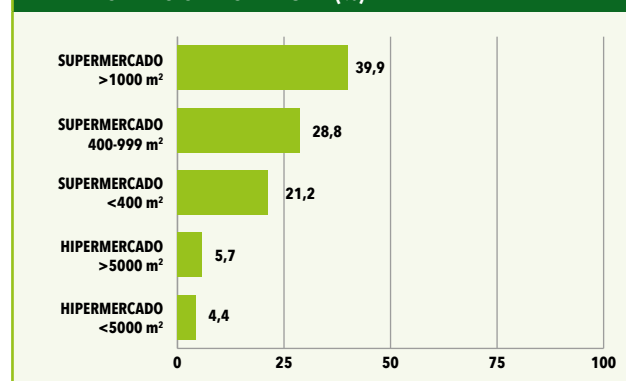
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 1.752,1 euros (un 16,3% superior a la media nacional). Carne (20,4%), pescado (12,9%), frutas frescas (9,1%), derivados lácteos (8,3%), hortalizas frescas (7,6%), pan (4,4%) y platos preparados (5,2%) 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 (49,0%), vino (42,0%), platos preparados (39,6%) y cafés e infusiones (40,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-9,8%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Cataluña consumió 138 huevos, 47,7 kilos de carne, 23,7 kilos de pescado, 60,7 litros de leche, 36,9 kilos de derivados lácteos, 29,2 kilos de pan, 12,2 litros de aceite, 17,4 litros de cerveza, 68,6 kilos de hortalizas frescas, 98,1 kilos de frutas frescas, 20,6 kilos de platos preparados, 85,4 litros de agua embotellada y 38,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

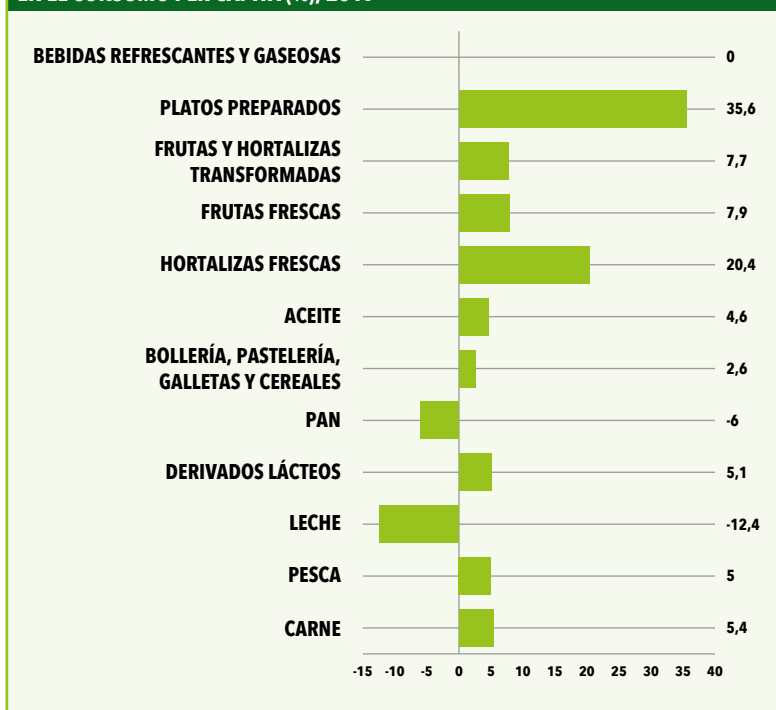
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CATALUÑA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,9	1,2	7,0
CARNE	357,2	20,4	15,1
PESCA	225,3	12,9	15,5
LECHE	43,1	2,5	-9,8
DERIVADOS LÁCTEOS	144,6	8,3	15,4
PAN	77,5	4,4	2,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	69,1	3,9	12,5
CHOCOLATES Y CACAOS	27,0	1,5	4,7
ACEITE	33,3	1,9	13,2
VINO	35,4	2,0	42,0
CERVEZAS	26,4	1,5	10,1
ZUMO Y NÉCTAR	10,7	0,6	24,9
PATATAS	30,2	1,7	14,6
HORTALIZAS FRESCAS	133,4	7,6	24,7
FRUTAS FRESCAS	159,1	9,1	13,4
FRUTOS SECOS	28,9	1,7	19,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	31,1	1,8	11,0
PLATOS PREPARADOS	91,1	5,2	39,6
CAFÉS E INFUSIONES	38,2	2,2	40,8
AGUA MINERAL	19,0	1,1	49,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,4	2,1	10,8
OTROS PRODUCTOS	114,3	6,5	19,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.752,1	100,0	16,3

DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Cataluña se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (35,6%), hortalizas frescas (20,4%), frutas frescas (7,9%), carne (5,4%) y frutas y hortalizas transformadas (7,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-12,4%) y pan (-6,0%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
24 litros de agua mineral	9 litros de leche líquida
12 kilos de hortalizas frescas	3 litros de leche desnatada
7 kilos de frutas frescas	2 litros de leche semidesnatada
5 kilos de platos preparados	2 kilos de pan
5 unidades de huevos	1 litros de cerveza
3 litros de vino y derivados	
3 kilos de carne fresca	
1 litros de vinos sin Denominación de Origen	
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	
2 kilo de pastas alimenticias	
1 kilo de carne de cerdo	
1 kilo de aceitunas	

Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares cuentan con 44.200 locales -un 15,8% sobre el total nacional- y se

distribuyen en un 69,5% para Barcelona, 12,3% para Girona, 12,0% para Tarragona y 6,2% para Lleida. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CATALUÑA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CATALUÑA	44.200	15.183	25.479	3.538	250.767
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	15,8	18,8	14,1	19,5	16,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ALELLA

CATALUÑA

CAVA **

CONCA DE BARBERÀ

COSTERS DEL SEGRE

EMPORDÀ

PENEDÈS

PLA DE BAGES

PRIORAT (DOCa)

TARRAGONA

TERRA ALTA

MONTSANT

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

POLLASTRE I CAPÓ DEL PRAT *
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS *
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

gall del penedes *

EMBUTIDOS

LLONGANISSA DE VIC *
(SALCHICHÓN DE VIC)

FRUTAS

POMA DE GIRONA *
(MANZANA DE GIRONA)CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE *
(CLEMENTINAS DE LAS
TIERRAS DEL EBRO)

HARINAS

PA DE PAGÈS CATALÀ *

HORTALIZAS

CALÇOT DE VALLS *

PATATES DE PRADES *
(PATATAS DE PRADES)

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

TORRÓ D'AGRAMUNT *
(TURRÓN DE AGRAMUNT)

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RATAFÍA CATALANA *

BRANDY DEL PENEDÈS *

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 EMPORDÀ)

ARROCES

ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE *
(ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

FRUTAS

PERA DE LLEIDA *

FRUTOS SECOS

AVELLANA DE REUS *

QUESOS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

LEGUMBRES

MONGETA DEL GANXET *
FESOLS DE SANTA PAU *

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

PANELLETS *

JAMÓN SERRANO *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CCAA / * Inscrita en el Registro de la UE / DOCa: Denominación de Origen Calificada



COMUNIDAD DE MADRID

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad de Madrid ascendió en 2019 a 257 millones de euros, de los que 97 millones de euros correspondieron a la aportación de la Producción Final Vegetal (PFV) y 142 a las producciones ganaderas (PFG), según estimaciones realizadas. El resto de la PFA (18 millones de euros) serían aportaciones de otras producciones y servicios agrarios. Considerados los consumos intermedios, añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones no vinculadas a los productos agrícolas y ganaderos, resultó una Renta Agraria cercana a los 104 millones de euros expresados a precios corrientes, según las mismas estimaciones.

A nivel de Renta Agraria, el sector ganadero aporta anualmente el 60% de la PFA y el puramente agrícola el 40% restante. Dentro de la ganadería destaca la producción de carne, y dentro de ésta, las producciones de vacuno y de porcino.

En el año 2019, la producción de carne de vacuno de la Comunidad de Madrid ascendió a 37.500 toneladas, un 11% más que un año antes, pero los precios de estas carnes bajaron con respecto al año anterior, con lo que la aportación a la renta fue finalmente menor. El valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria regional se acercó a los 75 millones de euros y la producción de carne de vacuno en Madrid representó el 5% del total nacional.

Por su lado, la producción de carne de porcino descendió un 22%, pero en este caso los precios subieron y amortizaron un poco la caída del valor generado por el sector. Dentro de la PFG tiene mucha importancia la producción de leche. En la campaña 2019 aumentó la producción de leche de vaca hasta las 63.000 toneladas, un 5% más que en el año anterior, y también subieron los precios por lo que el balance final resultó positivo. Madrid aportó casi el 0,9% de la producción nacional de leche de vaca y también produjo leche de oveja (10.700 toneladas en 2019, un 14% menos) y de cabra (7.900 toneladas, un 41% más que

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	3,17
AJO	11
CEBADA	153
CEBOLLAS	16,1
MAÍZ	53
MELÓN	6,7
PATATAS	11
PEPINO	4,9
PIMIENTO	0,4
TRIGO	60,2
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	67,8
CARNE DE AVES	55,2
CARNE DE CAPRINO	0,15
CARNE DE OVINO	1,3
CARNE DE PORCINO	51,6
CARNE DE VACUNO	37,5
LECHE DE OVEJA	10,7
LECHE DE CABRA	7,9
LECHE DE VACA	63
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	19.600

FUENTE: MAPA.



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Madrid Cifra de Negocio	% MADRID/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	5.719	4,8
Industria cárnica	1.434	5,5
Industria de Pescado	101	1,7
Prep./Conservas frutas y hortalizas	123	1,2
Aceites y Grasas	102	0,8
Productos Lácteos	563	6,1
Molinería y almidones	5	5
Panadería y pastas alimenticias	752	8,9
Azúcar, café, infusiones y confitería	167	2,7
Otros productos diversos	360	5,2
Productos alimentación animal	592	4,5
Bebidas espirituosas	16	1,5
Vinos	182	2,6
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	1.268	32,4
Bebidas no alcohólicas	4	0,1

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

COMUNIDAD DE MADRID. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	206	7,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	47	7,1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	64	4,3
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	60	3,4
Fabricación de productos lácteos	79	4,4
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	12	2,8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	618	5,2
Fabricación de otros productos alimenticios	329	10,1
Fabricación de bebidas	262	4,6
TOTAL	1.677	7,6

FUENTE: INE.

en el año anterior). El grueso de estas producciones lácteas se destinó a la elaboración de quesos.

También la producción de carne de ovino y caprino es importante en Madrid, pues es el cuarto sector que más aporta a la renta agraria regional, por detrás de la carne de vacuno, la leche y la producción de huevos. En 2019 los precios de la carne de ovino-caprino bajaron con respecto al año precedente y se produjeron en total unas 1.450 toneladas (el 95% de ovino y el resto de caprino).

Dentro de la PFV, los subsectores que más aportan a la economía agraria son los cereales, las hortalizas, las legumbres y los cultivos forrajeros, que están muy vinculados a la producción ganadera. En general, las cosechas de cereal fueron peores que las del año precedente, con excepciones como la del maíz que mejoró un 2%.

Las hortalizas tuvieron un año desigual. Entre todas las producciones hortícolas destacaron la cebollas (más de 16.100 toneladas producidas), los melones (6.700 toneladas) y los pepinos (4.900 toneladas).

Por su lado, la producción de vino y mosto descendió un 44% hasta los 67.800 hectolitros, de los que más de la mitad fueron amparados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Vinos de Madrid. La región contaba con una superficie de viñedo de casi 10.500 hectáreas. Asimismo, también tenía unas 28.700 hectáreas de olivares destinados a la producción de aceite. En la campaña 2019/2020, la producción de aceite quedó en 3.170 toneladas.

En 2019 volvieron a subir las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad de Madrid, manteniendo constante el crecimiento que iniciaron hace ya varios años. Así las ventas de productos agroalimentarios alcanzaron un valor de 1.770,1 millones de euros, con un crecimiento del 9,2% respecto al año anterior. La Comunidad de Madrid representó en 2019 el 3,5% de todo el comercio agroalimentario de España. ■



Distribución alimentaria

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 6.747.500 habitantes que tiene representan un 14,3% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km², aproximadamente, unos 841. La distribución de los ingresos, en función del gasto medio por persona, indica que el poder de compra de los madrileños es superior a la media nacional en 16,7 puntos. En esta comunidad autónoma se alcanzan 11.332 estable-

cimientos relacionados con la distribución de alimentación. Los supermercados e hipermercados suman 2.090 establecimientos que suponen 1.526.554 m²; con ello, la densidad comercial llega a los 226,2 m² por cada 1.000 habitantes -resulta ser la menor a nivel nacional-. Las actividades para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 3.112, un 7,3% sobre el conjunto de España. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
MADRID	65.270	11.332	949	596	490	55	3.112
MADRID/ESPAÑA (%)	11,7	10,6	7,3	10,3	11,5	11,1	7,3

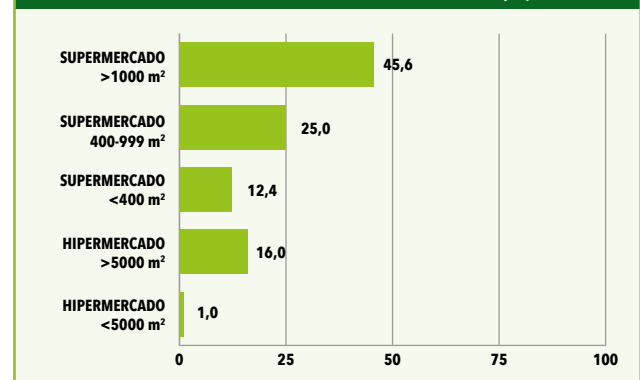
Consumo alimentario

Durante el año 2019, la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.494,8 euros (un -0,8% inferior a la media nacional). Carne (21,8%), pescado (13,5%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (6,8%), platos preparados (4,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad de Madrid cuentan con un gasto superior en platos preparados (8,3%), cervezas (17,6%), frutas y hortalizas transformadas (8,9%), pesca (3,3%) y carne (4,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-59,4%), pan (-19,0%), patatas (-10,7%) y chocolates y cacao (-11,2%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en la Comunidad de Madrid consumió 127 huevos, 44,8 kilos de carne, 22,7 kilos de pescado, 72,8 litros de leche, 32,0 kilos de derivados lácteos, 25,8 kilos de pan, 10,0 litros de aceite, 19,6 litros de cerveza, 54,1 kilos de hortalizas frescas, 92,9 kilos de frutas frescas, 16,6 kilos de platos preparados, 17,8 litros de agua embotellada y 38,0 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

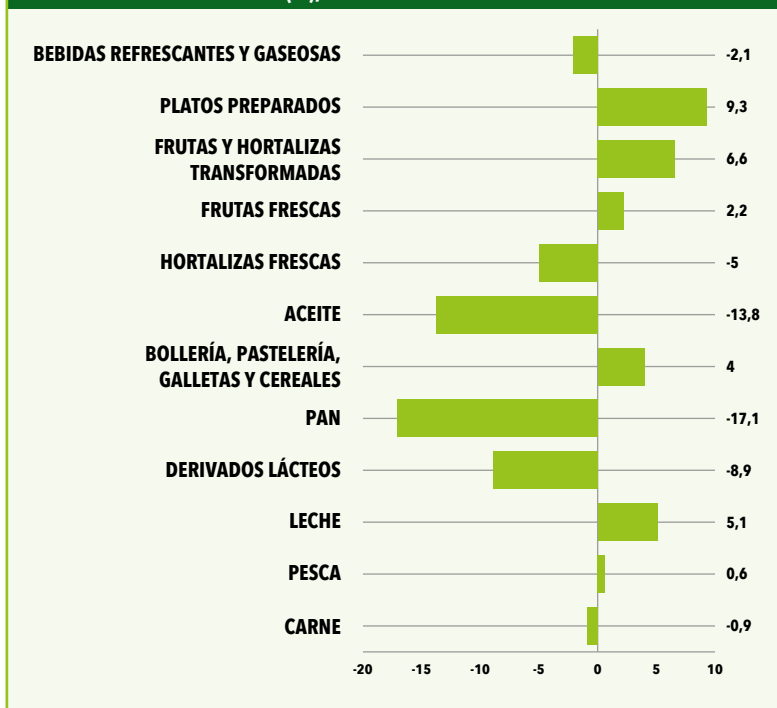
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA COMUNIDAD DE MADRID (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,9	1,2	7,0
CARNE	357,2	20,4	15,1
PESCA	225,3	12,9	15,5
LECHE	43,1	2,5	-9,8
DERIVADOS LÁCTEOS	144,6	8,3	15,4
PAN	77,5	4,4	2,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	69,1	3,9	12,5
CHOCOLATES Y CACAOS	27,0	1,5	4,7
ACEITE	33,3	1,9	13,2
VINO	35,4	2,0	42,0
CERVEZAS	26,4	1,5	10,1
ZUMO Y NÉCTAR	10,7	0,6	24,9
PATATAS	30,2	1,7	14,6
HORTALIZAS FRESCAS	133,4	7,6	24,7
FRUTAS FRESCAS	159,1	9,1	13,4
FRUTOS SECOS	28,9	1,7	19,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	31,1	1,8	11,0
PLATOS PREPARADOS	91,1	5,2	39,6
CAFÉS E INFUSIONES	38,2	2,2	40,8
AGUA MINERAL	19,0	1,1	49,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,4	2,1	10,8
OTROS PRODUCTOS	114,3	6,5	19,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.752,1	100,0	16,3

DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad de Madrid se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (9,3%), frutas y hortalizas transformadas (6,6%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,0%), leche (5,1%) y frutas frescas (2,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan (-17,1%), aceite (-13,8%), derivados lácteos (-8,9%), hortalizas frescas (-5,0%) y carne (-0,9%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
3 litros de leche líquida	43 litros de agua mineral
3 litros de leche esterilizada	6 unidades de huevos
3 litros de leche envasada	6 kilos de pan fresco y congelado
2 kilos de frutas frescas	2 kilos de patatas
1 kilos de platos preparados	3 kilos de derivados lácteos
1 kilo de carne de vacuno	3 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de pescado fresco	2 litro de aceite
1 kilo de pan industrial	1 kilos de carne de cerdo
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 litro de vino y derivados
2 litro de cervezas	1 kilo de yogur
1 kilo de frutas y hortalizas transformadas	1 kilo de queso
	1 litro de bebidas refrescantes

Hostelería y Restauración

Hay 31.398 actividades relacionadas con servicios de hostelería y restauración -un 11,2% del total nacional-, lo que convierte a la Comunidad de Madrid en la cuarta a nivel nacional con mayor dotación en este tipo de es-

tablecimientos. El equipamiento de restaurantes, bares y hoteles sitúan a esta comunidad autónoma entre las primeras del país (por ejemplo, cuarta en bares). ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MADRID	31.398	9.482	19.188	2.728	114.178
MADRID/ESPAÑA (%)	11,2	11,7	10,6	15,1	7,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

VINOS DE MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CHINCHÓN

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID



DENOMINACIONES DE CALIDAD

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNAS DE CAMPO REAL

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE MADRID

HUERTA DE VILLA DEL PRADO

M PRODUCTO CERTIFICADO

ALIMENTOS TRADICIONALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN

ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ

HORTALIZAS DE MADRID

HUEVOS DE MADRID

LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

MELONES DE VILLACONEJOS

QUESO DE CABRA DE MADRID

QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

* Inscrita en el Registro de la UE

COMUNIDAD VALENCIANA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad Valenciana ascendió en 2019 a 3.376 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.538 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) cerca de 752 millones, según estimaciones del Gobierno regional. El resto de la PFA (86 millones de euros) procedió de las aportaciones del grupo “otros servicios” y de “otras producciones agrarias”.

El valor del consumo de medios de producción aumentó un 2,65% debido principalmente a la subida de precios de la energía, los fertilizantes y los piensos. También se estimó que las subvenciones recibidas por el sector agrario se incrementaron en 2019 un 0,6%.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
BRÓCOLI	53,3
ARROZ CÁSCARA	125,6
APIO	20,5
ALMENDRAS CÁSCARA	35,8
ALCACHOFAS	58,3
ALBARICOQUE	21,7
AGUACATE	3
ACEITE DE OLIVA	22,9
CALABACÍN	15,3
CALABAZA	34,9
CEBADA	23,2
CEBOLLAS	78
CIRUELA	10,8
COL-REPOLLO	37
COLIFLORES	32,6
LECHUGAS	64
LIMONES	258,8
MANDARINAS. CLEMENTINAS	1.025
MANZANA DE MESA	7,8
MELOCOTONES	24,5
MELONES	44,3
NARANJAS	1.725,70
PATATAS	73,7
PEPINOS	6,9
PIMIENTOS	64
POMELO	18,6
SANDÍAS	72,3
TOMATES	86,4
TRIGO	8,38
UVAS DE MESA	94,8
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	2 471,3
ZANAHORIAS	9,1
CARNE DE AVES	215
CARNE DE CONEJO	3,5
CARNE DE OVINO	7,8
CARNE DE PORCINO	122,5
CARNE DE VACUNO	64,9
LECHE DE VACA	84,4
LECHE DE CABRA	11
LECHE DE OVEJA	2,7
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	109 550

FUENTE: MAPA.

Finalmente, la Renta Agraria se situó en unos 1.663 millones de euros, un 4% menos que un año antes. Sin embargo, en términos corrientes por UTA, la renta agraria disminuyó un 4,2%, según las mismas fuentes. En la Comunidad Valenciana, aproximadamente el 80% del valor generado por el sector agrario corresponde a la agricultura y el 20% restante a la ganadería, de ahí que un mal año agrícola lastre tanto la renta agraria regional. La PFA disminuyó en valor un 0,50% como consecuencia de la caída de los precios (un 1,92%), pues el volumen producido aumentó en un 1,4% con respecto al del año precedente, en el que ocurrió algo similar (subida de la producción y bajada de los precios).

Dentro de la PFA, tuvo peor comportamiento la Producción Vegetal (PFV), que la ganadera (PFG). En el primer caso se produjo una disminución del 1,51% en el valor generado, como resultado del ascenso del 0,92% en la cantidad producida y también de la caída de los precios en un 2,41%.

En el caso de la PFG, subió el volumen la producción (3,28%), pero los precios cayeron un 0,56% y finalmente el valor de subsector se incrementó un 2,87% a efectos de calcular la renta agraria regional.

Dentro de la PFV, la mayor aportación es la que hace el subsector de las frutas, con los cítricos a la cabeza. El valor generado por el subsector de las frutas sumó 1.407 millones de euros, el 41% de toda la PFV. Sin embargo, este valor resultó inferior en un 8,9% al del año precedente debido a que los precios cayeron en general

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Comunidad Valenciana Cifra de Negocio	% COMUNIDAD VALENCIANA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	9.804	8,3
Industria cárnica	1.647	6,3
Industria de Pescado	328	5,6
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.789	17,9
Aceites y Grasas	117	1
Productos Lácteos	628	6,8
Molinería y almidones	886	25,2
Panadería y pastas alimenticias	1.219	14,4
Azúcar, café, infusiones y confitería	873	14,1
Otros productos diversos	555	8
Productos alimentación animal	309	2,4
Bebidas espirituosas	32	3
Vinos	406	5,8
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	228	5,8
Bebidas no alcohólicas	784	14

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

dentro del grupo de las frutas (12,27%), pues las producciones en volumen fueron mucho mayores (3,8%). Los cítricos aportaron al subsector de las frutas 1.049 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria re-



COMUNIDAD VALENCIANA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	213	7,5
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	69	10,3
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	148	9,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	124	7
Fabricación de productos lácteos	89	4,9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	46	10,7
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.123	9,5
Fabricación de otros productos alimenticios	354	10,8
Fabricación de bebidas	324	5,7
TOTAL	2.190	8,7

FUENTE: INE.



gional. Este valor resultó inferior en un 10% al de 2018 y ello se debió a una caída de los precios especialmente dura (8,76%), aunque también el volumen de producción bajó en esa campaña (2,33%).

Por detrás de las frutas en cuanto a su aportación se situó el subsector de las hortalizas, que en el año 2019 aportó a la renta un monto superior a los 900.800 euros. En comparación con el año anterior, se produjo una pequeña subida del volumen producido, junto con un aumento importante de los precios (30,54%). En estos datos correspondientes a las hortalizas están incluidas también las flores y plantas, que aportan más de la mitad del valor del subsector (486.910 euros en el año 2019).

Respecto a las producciones animales, en 2019 se registró un aumento en el valor generado por el sector cárnico del 3,34%, a pesar de los descensos que se registraron en las aves, los conejos y la carne de ovino-caprino.

Asimismo, bajó en valor la aportación del sector de los huevos, pero aumentó el generado por la producción de leche: un 7,8% más hasta los 36,9 millones de euros.

Finalmente, los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) situaban la media de ocupados en el sector primario en 2019 en 64.800 personas, cifra inferior a la del año precedente en un 5% (datos del cuarto trimestre del año). ■

PESCA EN COMUNIDAD VALENCIANA

La flota pesquera de la Comunidad Valenciana está formada por 557 embarcaciones (6,2% del total español), con un arqueo de 17.934 GT (5,4%), una potencia de 64.28 CV (8,25%) y una eslora promedio de 14,88 metros. La antigüedad media de esta flota es de 25 años. En 2019, la Comunidad Valenciana tenía 19 cofradías de pescadores. Las capturas pesqueras desembarcadas en los puertos de la Comunidad Valenciana alcanzaron un valor de 109,736 millones de euros y 28.647 toneladas. Por el volumen desembarcado destacan el boquerón, la sardina y la merluza. Atendiendo a su valor, las principales especies son el boquerón, la gamba blanca, la sardina, la merluza y la gamba roja. Los puertos pesqueros de esta comunidad autónoma son 28 y hay 20 lonjas de primera venta. Por otro lado, las producciones acuícolas alcanzan un valor de 86 millones de euros y las 16.763 toneladas, sobre todo de dorada, corvina y lubina. ■

Distribución alimentaria

La Comunidad Valenciana cuenta con 5.028.650 habitantes y 23.254 km² de extensión, un 10,6% de la población y un 4,6% del territorio sobre el total nacional. Valencia tiene más de la mitad de los habitantes de la comunidad. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores valencianos está un 4,2% por debajo de la media nacional.

Esta comunidad autónoma tiene 10.874 establecimien-

tos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valencia cuenta con el 46,7%; Alicante, con el 41,9%; y Castellón, el 11,4%. En la Comunidad Valenciana hay 2.036 supermercados y 51 hipermercados -estos 2.087 establecimientos generan una densidad comercial de 333,0 m² cada 1.000 habitantes-. Las actividades de venta ambulante y mercadillos alcanzan 6.542 (un 15,4% sobre el total nacional). ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	61.357	10.874	816	553	667	51	6.542
C. VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,0	10,2	6,3	9,5	15,6	10,3	15,4

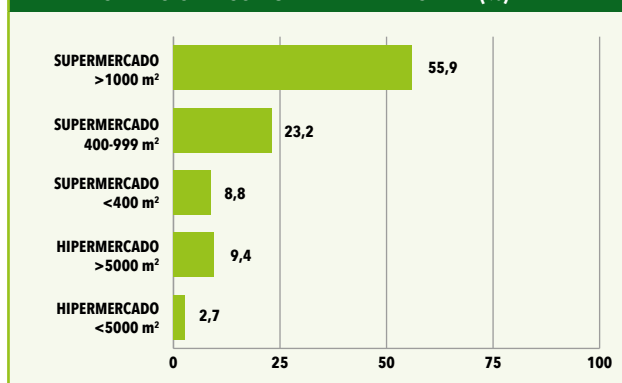
Consumo alimentario

Durante el año 2019, la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.474,6 euros (un -2,1% inferior a la media nacional). Carne (20,3%), pescado (12,3%), derivados lácteos (8,5%), frutas frescas (8,8%), hortalizas frescas (7,8%), pan (5,3%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad Valenciana cuentan con un gasto superior en agua mineral (31,4%), frutos secos (12,0%), cafés e infusiones (7,7%) y zumos y néctares (3,0%) mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-26,8%), vino (-17,1%), chocolates y cacao (-13,9%), frutas y hortalizas transformadas (-6,7%) y frutas frescas (-7,6%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en la Comunidad Valenciana consumió 137 huevos, 46,0 kilos de carne, 21,4 kilos de pescado, 62,6 litros de leche, 33,5 kilos de derivados lácteos, 30,8 kilos de pan, 9,3 litros de aceite, 21,1 litros de cerveza, 60,9 kilos de hortalizas frescas, 86,4 kilos de frutas frescas, 15,1 kilos de platos preparados, 84,2 litros de agua embotellada y 35,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

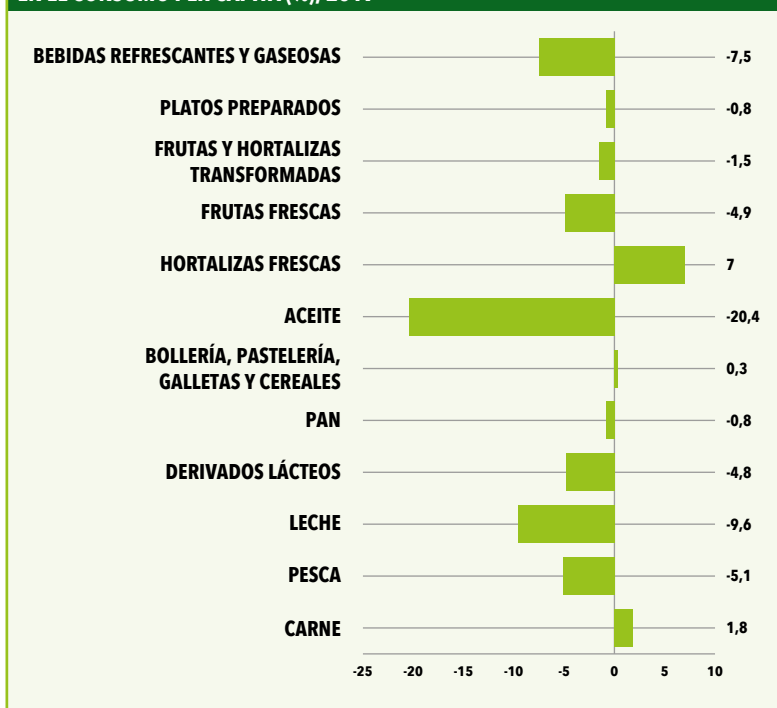
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN COMUNIDAD VALENCIANA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,4	1,3	-0,4
CARNE	299,2	20,3	-3,6
PESCA	181,1	12,3	-7,2
LECHE	43,0	2,9	-9,9
DERIVADOS LÁCTEOS	125,6	8,5	0,2
PAN	78,2	5,3	3,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,6	4,1	-1,4
CHOCOLATES Y CACAOS	22,2	1,5	-13,9
ACEITE	21,5	1,5	-26,8
VINO	20,7	1,4	-17,1
CERVEZAS	24,8	1,7	3,5
ZUMO Y NÉCTAR	8,8	0,6	3,0
PATATAS	26,5	1,8	0,7
HORTALIZAS FRESCAS	114,9	7,8	7,4
FRUTAS FRESCAS	129,7	8,8	-7,6
FRUTOS SECOS	27,0	1,8	12,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,1	1,8	-6,7
PLATOS PREPARADOS	64,4	4,4	-1,3
CAFÉS E INFUSIONES	29,2	2,0	7,7
AGUA MINERAL	16,8	1,1	31,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	30,8	2,1	-6,2
OTROS PRODUCTOS	104,1	7,1	9,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.474,6	100,0	-2,1

DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (7,0%), carne (1,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (0,3%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-20,4%), frutas frescas (-4,9%), leche (-9,6%), bebidas refrescantes y gaseosas (-7,5%) y pescado (-5,1%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
23 litros de agua mineral	4 kilos de frutas frescas
4 unidades de huevos	7 litros de leche líquida
4 kilos de hortalizas frescas	6 litros de leche envasada
3 litros de cerveza	3 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
2 kilos de carne fresca	2 kilos de pescado fresco
1 kilos de carne de pollo	3 litros de leches fermentadas
1 kilos de arroz	2 litros de aceite de oliva
1 kilo de queso	2 kilo de derivados lácteos
1 kilo de frutos secos	2 kilo de yogurt
	1 litro de vino y derivados

Hostelería y Restauración

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 32.552 -un 11,6% sobre el conjunto de España, tercera comunidad autónoma con una participación más elevada- y se distribuyen en un 44,3% para Valencia, un 44,0% para Alicante y un 11,7% para

Castellón. La Comunidad Valenciana ocupa los primeros lugares a nivel nacional en equipamiento de restaurantes, bares y hoteles. Las pernoctaciones anuales en establecimientos hoteleros para el conjunto de la comunidad autónoma suman en torno a 29,5 millones. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
C. VALENCIANA	32.552	10.918	19.303	2.331	127.874
C. VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,6	13,5	10,7	12,9	8,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ALICANTE •
 CAVA **/ •
 UTIEL-REQUENA •
 VALENCIA •

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FRUTAS

KAKI DE LA RIBERA DEL XUQUER •
 NÍSPEROS DE CALLOSA D EN SARRIÀ •
 UVA DE MESA EMBOLSADA VINALOPÓ •
 GRANADA MOLLAR DE ELCHE •

HORTALIZAS

ALCACHOFA DE BENICARLÓ •
 CHUFA DE VALENCIA •

ARROCES

ARROZ DE VALENCIA •

ACEITES

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA •

VINO DE PAGO

EL TERRERAZO •
 PAGO DE LOS BALAGUESES •
 PAGO CHOZAS CARRASCAL •
 PAGO VERA DE ESTENAS •
 PAGO DE THARSYS *



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
 AJO TIERNO
 BOTIFARRA DE CEBA
 CARNE DE CORDERO GUIRRO
 CARNE DE CONEJO
 CEREZA
 CLOCHINA
 COENT DE BURRIANA
 EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN
 JAMÓN CURADO
 LONGANIZA AL AJO
 LONGANIZA DE PASCUA
 LONGANIZA MAGRA
 LONGANIZA SECA
 MIEL DE AZAHAR
 MIEL DE ROMERO
 MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
 MORCILLA DE PAN
 MORCILLETAS 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 con otras CC AA / • Inscrita en el Registro de la UE



EXTREMADURA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) extremeña en 2019 fue de 2.863,4 millones de euros, a cuya formación contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 1.351 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 1.398 millones de euros, según estimaciones realizadas. A estas partidas se sumaron las aportaciones de los servicios y de otras producciones no contempladas en la PFV y en la PFG, que sumaron unos 114,1 millones de euros, según las mismas estimaciones. Una vez considerados los costes de producción, que subieron considerablemente, las amortizaciones y las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se calculó una Renta Agraria para la región en 2019 de 1.750 millones de euros.

Prácticamente, la mitad de la PFA regional corresponde a la aportación del sector agrícola y un poco menos de la otra mitad al subsector ganadero. En 2019, el balance general para el sector agrícola fue muy malo, comparado con el anterior. Las producciones vegetales que más aportan a la renta agraria regional son, por orden, las frutas, las hortalizas, los cereales y el aceite de oliva.

Dentro de las frutas sobresalen sin duda las producciones de hueso, con la cereza y la ciruela en cabeza: la región produjo el 38% de la cereza nacional y el 52% de la ciruela. En 2019 las cosechas tanto de una como de otra fueron mejores que las de la anterior campaña y lo mismo ocurrió con el melocotón (14% más). Sin embargo, los precios fueron muy malos.

Dentro de las hortalizas, el tomate lidera el ranking regional de producción. La cosecha de tomates resultó finalmente mejor que la del año precedente (15% más), pero sin embargo, la de pimiento (otras de las producciones extremeñas emblemáticas) fue un 15% inferior. También son importantes en la región las producciones de sandía y de melón, que cerraron el año 2019 con aumento de cosecha para la primera y descenso para el segundo.



Los cereales de otoño sufrieron un importante retroceso de la producción, tras la buena campaña precedente. No obstante, la cosecha de maíz, que es la más importante, alcanzó las 671.000 toneladas, un 6% más que en la anterior campaña, que también fue buena en producción. En el sector del vino se produjo un retroceso importante de la producción con respecto al año anterior (casi no se superaron los 3 millones de hectolitros, un 20% menos), y en el del aceite, se registró un incremento de la producción. Dentro de este subsector es especialmente relevante la cosecha de aceituna de mesa. La campaña se saldó con un aumento de 3% en la producción, pero la comercialización de vino afectada por el veto de Estados Unidos a las importaciones procedentes de la Unión Europea. Con relación al sector ganadero, el balance general resultó negativo por la caída de la producción de carne, que es la que lidera la PFG. Así, la producción de carne de porcino, la que más aporta a la renta agraria regional de todo el subsector ganadero, alcanzó las 77.400 toneladas (un 4% menos), mientras que la de vacuno (la segunda en importancia) sumó 33.200 toneladas (8% menos). También resultaron inferiores al año anterior las producciones de carne de ovino y la de aves.

En cuanto al vacuno de leche, la producción extremeña de leche de vaca se mantuvo en 27.600 toneladas (ajustadas por materia grasa), que representó el 0,4% de la

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE EXTREMADURA

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	
ACEITUNAS DE MESA	110
ARROZ CÁSCARA	154,3
BRÓCOLI	58
CEBADA	113,8
CEBOLLAS	5,1
CEREZAS	44,7
CIRUELAS	88
GIRASOL	16,4
HIGO	17,5
MAÍZ	671,4
MELOCOTÓN	52
MELÓN	15,2
NECTARINA	56,5
PATATA	26,1
PIMIENTOS	29,1
SANDÍAS	13,4
TOMATE	2.223,8
TRIGO	154,8
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	3.016,2
CARNE DE PORCINO	77,4
CARNE DE VACUNO	33,2
CARNE DE OVINO	3,3
CARNE DE AVES	76,2
LECHE DE OVEJA	10,9
LECHE DE VACA	27,6
LECHE DE CABRA	38,2
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	31.990

FUENTE: MAPA.

producción de leche nacional. Además, en 2019 disminuyó un 7% la producción de leche de oveja (10.900 toneladas) y se mantuvo más o menos la de cabra (38.200 toneladas). Estas producciones son la base de una potente industria quesera, que cuenta con varias marcas de calidad diferenciada.

Finalmente, respecto al comercio exterior las exportaciones agroalimentarias de la región volvieron a superar en 2019 la barrera de los mil millones de euros que perdieron un año antes. Así, el valor de las ventas exteriores fue de 1.054,7 millones de euros, un 6,5% más que en el año anterior y también el 2,1% de las ventas exteriores de España en este sector. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Extremadura Cifra de Negocio	% EXTREMADURA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	3.454	2,9
Industria cárnica	983	3,8
Industria de Pescado	11	0,2
Prep./Conservas frutas y hortalizas	650	6,5
Aceites y Grasas	567	4,7
Productos Lácteos	31	0,3
Molinería y almidones	64	1,8
Panadería y pastas alimenticias	64	0,8
Azúcar, café, infusiones y confitería	23	0,4
Otros productos diversos	397	5,7
Productos alimentación animal	380	2,9
Bebidas espirituosas	5	5
Vinos	210	3
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermen.	1	0
Bebidas no alcohólicas	13	1,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	257	9,1
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	5	0,8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	121	8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	119	6,8
Fabricación de productos lácteos	94	5,2
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	22	5,1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	519	4,4
Fabricación de otros productos alimenticios	86	2,6
Fabricación de bebidas	160	2,8
TOTAL	1.223	5,5

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Extremadura tiene 1.061.800 habitantes y una extensión de 41.634 km². La provincia de Badajoz concentra más del 60% de la población. El poder de compra de los consumidores extremeños, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en casi 21 puntos. En Extremadura se contabilizan 2.683 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación.

Badajoz cuenta con un 62,7% mientras que Cáceres tiene el 37,3% restante. Hay instalados 1014 supermercados y 11 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 330.141 m² y generan una densidad comercial de 310,9 m² por cada 1.000 habitantes. Hay 1.366 actividades de venta ambulante y en mercadillos, un 3,2% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	14.469	2.683	815	129	70	11	1.366
EXTREMADURA/ESPAÑA (%)	2,6	2,5	6,3	2,2	1,6	2,2	3,2

Consumo alimentario

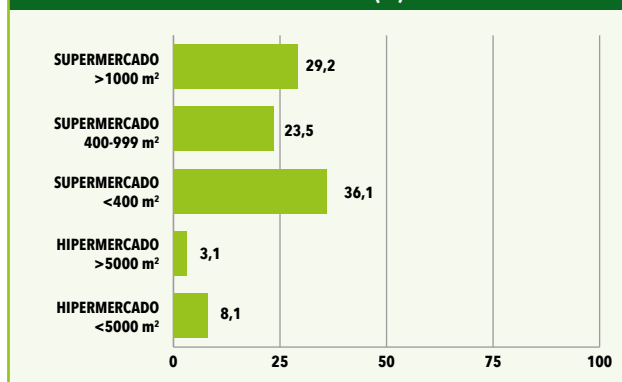
Durante el año 2019, Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.237,2 euros (un 17,9% inferior a la media nacional). Carne (20,0%), pescado (12,2%), frutas frescas (9,8%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (8,7%), pan (5,0%) y leche (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Extremadura cuentan con un gasto superior en leche (5,5%) mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-47,3%), cafés e infusiones (-40,4%), zumos y néctares (-32,1%) y aceite (-31,0%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Extremadura consumió 112 huevos, 39,7 kilos de carne, 19,9 kilos de pescado, 76,5 litros de leche, 34,4 kilos de derivados lácteos, 27,7 kilos de pan, 8,8 litros de aceite, 18,2 litros de cerveza, 60,2 kilos de hortalizas frescas, 83,6 kilos de frutas frescas, 12,9 kilos de platos preparados, 47,7 litros de agua embotellada y 33,3 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 (10,4%) y hortalizas frescas (5,7%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en

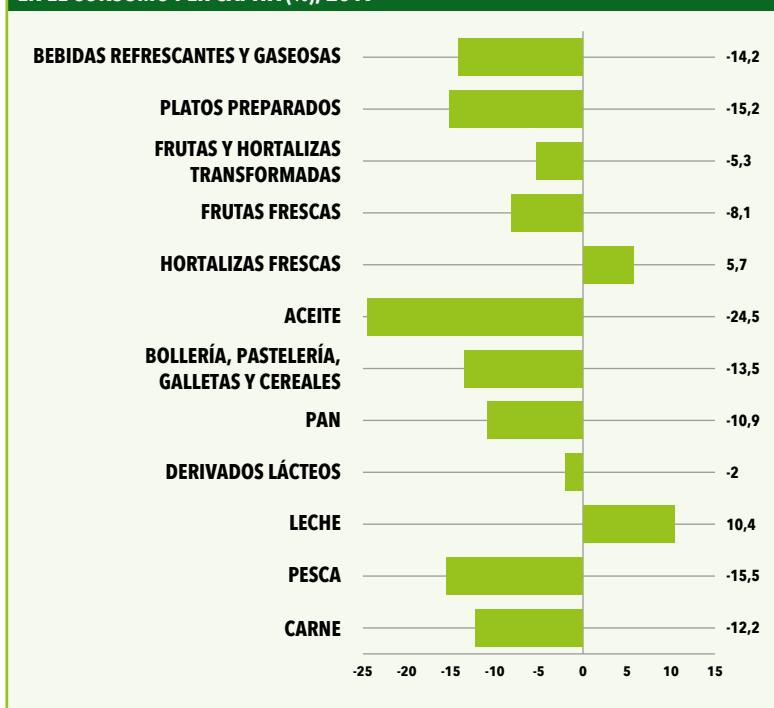
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN EXTREMADURA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,3	1,3	-16,5
CARNE	247,9	20,0	-20,1
PESCA	151,4	12,2	-22,4
LECHE	50,4	4,1	5,5
DERIVADOS LÁCTEOS	108,4	8,8	-13,5
PAN	62,0	5,0	-18,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	46,2	3,7	-24,8
CHOCOLATES Y CACAOS	21,5	1,7	-16,6
ACEITE	20,3	1,6	-31,0
VINO	13,1	1,1	-47,3
CERVEZAS	21,0	1,7	-12,6
ZUMO Y NÉCTAR	5,8	0,5	-32,1
PATATAS	23,6	1,9	-10,3
HORTALIZAS FRESCAS	107,9	8,7	0,9
FRUTAS FRESCAS	120,9	9,8	-13,8
FRUTOS SECOS	20,4	1,6	-15,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	23,3	1,9	-16,6
PLATOS PREPARADOS	50,7	4,1	-22,2
CAFÉS E INFUSIONES	16,2	1,3	-40,4
AGUA MINERAL	8,5	0,7	-33,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	26,9	2,2	-17,9
OTROS PRODUCTOS	74,4	6,0	-22,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.237,2	100,0	-17,9

DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



aceite (-24,5%), pescado (-15,5%), carne (-12,2%), platos preparados (-15,2%), bollería, pastelería y cereales (-13,5%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-14,2%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
6 litros de leche semidesnatada	21 unidades de huevos
9 litros de leche esterilizada	6 kilos de carne
7 litros de leche líquida	13 litros de agua mineral
7 litros de leche entera	6 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
3 kilos de hortalizas frescas	7 kilos de frutas frescas
	3 litros de vino y derivados
	3 kilos de pescado fresco
	2 kilos de platos preparados
	3 litros de aceite

Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares cuentan en Extremadura con 6.328 locales, un 2,3% del total nacional, de los que el 58,1% está en Badajoz y el 41,9% restante

en Cáceres. Extremadura ocupa el decimotercer lugar en el ranking de comunidades autónomas por número de bares y número de plazas hoteleras. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EXTREMADURA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
EXTREMADURA	6.328	922	5.076	330	18.460
EXTREMADURA/ESPAÑA (%)	2,3	1,1	2,8	1,8	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

QUESO DE LA SERENA °

QUESO IBORES °

TORTA DEL CASAR °

JAMONES Y PALETAS

DEHESA DE EXTREMADURA °

GUIJUELO **/°

JAMÓN DE JABUGO **/°

FRUTAS

CEREZA DEL JERTE °

CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE LA VERA °

ACEITES

ACEITE MONTERRUBIO °

GATA-HURDES °

MIEL

MIEL VILLUERCAS-IBORES °



DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

RIBERA DEL GUADIANA °

CAVA **/°

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

TERNERA DE EXTREMADURA °

CARNE DE ÁVILA **/°

CORDERO DE EXTREMADURA °

VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVAR PARA ELABORACIÓN DE ACEITE DE OLIVA

ARROZ

CEREZO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

TABACO

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL

MAÍZ

MAÍZ FORRAJERO

BRÓCOLI

PUERRO

GIRASOL

ESPÁRRAGO

CACAHUETE

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)



** Denominación compartida con otras CC.AA en la zona de producción y en elaboración / ° Inscrita en el Registro de la UE / ****Protección Nacional Transitoria

GALICIA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de Producción Final Agraria (PFA), a precios corrientes, ascendió en Galicia a 3.625 millones de euros en 2019, según estimaciones. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG) con 2.233 millones de euros, las agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) con 1.288 millones de euros y otras producciones (forestales, etc.) y servicios, que aportaron cerca de 104 millones de euros, según las mismas estimaciones.

Los consumos intermedios están constituidos fundamentalmente por piensos y productos zoosanitarios, que registraron un aumento considerable de los precios, al igual que la energía y los fertilizantes.

Teniendo en cuenta estos datos, así como también las subvenciones y las amortizaciones, la Renta Agraria regional se elevó a cerca 1.300 millones de euros, según estimaciones realizadas.

El mayor peso del subsector ganadero sobre el agrícola hace que la evolución de la renta agraria anual dependa

en buena medida de cómo evolucionen las cabañas ganaderas y las producciones cárnicas y lácteas.

En 2019 el balance para el sector ganadero - que aporta el 60% de la PFA anual- fue negativo, debido a que los precios de las carnes, especialmente los del vacuno, las aves y el ovino, bajaron sensiblemente. Sólo el porcino y la carne de conejo tuvieron un buen resultado en cuanto a precios.

Igualmente, bajaron los precios de los huevos, mientras que por el contrario subió ligeramente el precio de la leche de vaca, que es el sector que más aporta a la economía agraria regional.

La producción regional de leche de vaca se elevó a 2,78 millones de litros, un volumen superior en un 2% de la producción de la campaña anterior. Este volumen es el mayor de todas las regiones y supuso cerca del 38,6% de toda la producción de leche de vaca de España.

En cuanto a la producción de carne, el balance fue desigual pues se produjo un descenso en el subsector por-

cino (2%) y del cunícola (4%), al tiempo que aumentó la producción de carne de vacuno (1%) y de pollo (3%). El balance general para la agricultura no fue tan malo. La patata, los cultivos forrajeros y las hortalizas son los tres subsectores que más aportan a la PVF.

La producción de patata fue superior a la cosecha anterior (372.000 toneladas), pero los buenos precios alcanzados por el tubérculo consiguieron un saldo positivo para el sector. También para las hortalizas el balance fue mejor en cuanto a producción, aunque los precios resultaron peores. En este subgrupo destacaron las cosechas de judías verdes, col y repollo.

En el sector de las frutas, las más representativas son las producciones de pepita. En 2019, tanto la cosecha de manzana de mesa, como la destinada a sidra y la de pera fueron mucho mejores que las del año anterior.

También fue mala la cosecha de castañas (12% menos que en el año anterior, mientras que por el contrario y continuando con la tendencia de años anteriores, la cosecha de kiwi aumentó un 12% hasta superar las 15.600 toneladas. La producción gallega de esta fruta supone casi el 60% de toda la producción nacional.

Por su parte, en el subsector del vino- otro de los más importantes del agro gallego- se alcanzó una producción de algo más de 470.600 hectolitros de vino, un volumen superior al producido en el año precedente, que también había sido bueno en cuanto a vendimia.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, las exportaciones totalizaron un valor de 3.094 millones de euros, el 6,1% del total nacional y un 1% más que en 2018. En el caso de Galicia, el pescado fue un producto determinante en la evolución de las compras exteriores. ■

PESCA EN GALICIA

En Galicia se encuentran en actividad 4.357 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 49% del total nacional. Su arqueo llega hasta 137.830 GT (41,5%), mientras que su potencia ronda los 276.418 CV (35,5%) y su eslora promedio se sitúa en 9 metros, la más reducida de toda España. La antigüedad media de la flota pesquera gallega es de 35 años. El sector pesquero en su sentido más amplio (producción, industria, acuicultura, etc.) da empleo a unas 36.530 personas. Su aportación al PIB re-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE GALICIA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
CALABACÍN	6,1
CASTAÑAS CÁSCARA	143
CEBOLLAS	37,7
COL-REPOLLO	53
JUDÍAS VERDES	48,7
KIWI	15,6
MAÍZ	108,3
MANZANAS DE MESA	60
MANZANAS DE SIDRA	65,2
NABOS	62,3
PATATAS	372,5
PIMIENTOS	71,1
TOMATES	85,7
TRIGO	38,14
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	470,6
CARNE DE AVES	226,6
CARNE DE CONEJO	
CARNE DE VACUNO	96,7
CARNE DE PORCINO	87,8
CARNE DE OVINO	0,3
LECHE DE VACA	2787,8
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	36750

FUENTE: MAPA.



gional es de cerca del 2%, mientras que contribuye con el 3,2% de todo el empleo de la comunidad autónoma.

En Galicia hay 82 puertos pesqueros, 133 cofradías de pescadores, que cuentan con más de 12.700 afiliados. La pesca fresca desembarcada en los puertos de esta comunidad autónoma ronda las 174.100 toneladas anuales, por un valor de 490 millones de euros. Las principales especies capturadas en valor son merluza, rape, gallo, almeja japonesa y jurel.

Las producciones acuícolas gallegas son muy importantes y pueden llegar a alcanzar un valor anual de 224 millones de euros, con un volumen de 291.411 toneladas. Entre los peces de acuicultura, el rodaballo es la principal especie producida, seguido de la trucha. Sin embargo, en volumen destacan el mejillón, la almeja japonesa, el berberecho y la ostra. Existen 158 empresas dedicadas a las producciones acuícolas en Galicia, con una cuota del 43,8% del total facturado por todo el sector. Según datos del INE, había en 2019 un total de 176 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GALICIA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Galicia Cifra de Negocio	% GALICIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	9.019	7,6
Industria cárnica	1.310	55
Industria de Pescado	3.631	61,4
Prep./Conservas frutas y hortalizas	29	0,3
Aceites y Grasas	275	2,3
Productos Lácteos	1.189	12,8
Molinería y almidones	55	1,6
Panadería y pastas alimenticias	345	4,1
Azúcar, café, infusiones y confitería	96	1,5
Otros productos diversos	367	5,3
Productos alimentación animal	822	6,3
Bebidas espirituosas	19	1,8
Vinos	198	2,8
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	435	11,1
Bebidas no alcohólicas	246	4,4

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

GALICIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	168	5,9
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	176	26,5
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	36	2,4
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	14	0,8
Fabricación de productos lácteos	121	6,7
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	20	4,7
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.300	11
Fabricación de otros productos alimenticios	143	4,4
Fabricación de bebidas	552	9,7
TOTAL	2.530	11,5

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

Galicia tiene 2.702.250 habitantes y 29.574 km² de extensión, un 5,7% de la población y también cerca de un 6% del territorio sobre el total nacional. A Coruña y Pontevedra concentran el mayor volumen de población. El poder de compra de los consumidores gallegos, tomando como referencia el gasto medio por persona, se sitúa 7,5 puntos por debajo de la media nacional.

En Galicia hay 5.876 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. A Coruña tiene el 40,3%;

Pontevedra, el 35,3%; Lugo, el 12,7%; y Ourense, el 11,7%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.452 supermercados y 40 hipermercados, con un total de 935.406 m², que suponen una densidad comercial de 346,2 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 3.039, un 7,2% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	35.665	5.876	716	476	260	40	3.039
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,4	5,5	5,5	8,2	6,1	8,1	7,2

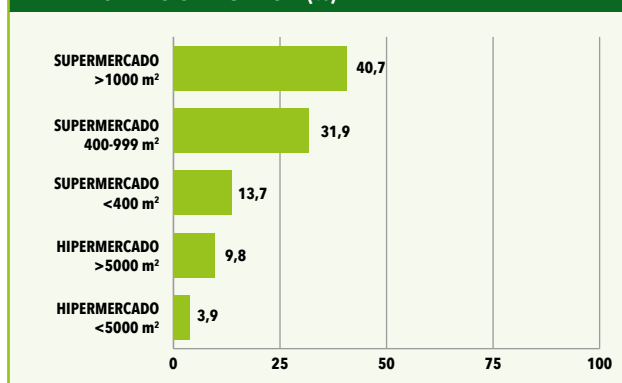
Consumo alimentario

Durante el año 2019, Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.633,0 euros (un 8,4% superior a la media nacional). Carne (20,1%), pescado (14,1%), frutas frescas (10,4%), derivados lácteos (8,0%), pan (6,1%), hortalizas frescas (6,3%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Galicia cuentan con un gasto superior en chocolates y cacao (35,1%), aceite (39,8%), pan (32,2%), leche (23,3%), frutas frescas (21,1%) y huevos (29,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-35,7%), agua mineral (-22,2%), zumos y néctares (-9,1%) y cervezas (-24,3%).

En términos medios, durante el año 2018 cada persona en Galicia consumió 142 huevos, 49,1 kilos de carne, 28,6 kilos de pescado, 85,3 litros de leche, 36,5 kilos de derivados lácteos, 40,0 kilos de pan, 17,3 litros de aceite, 11,7 litros de cerveza, 54,6 kilos de hortalizas frescas, 104,7 kilos de frutas frescas, 8,8 kilos de platos preparados, 44,5 litros de agua embotellada y 39,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

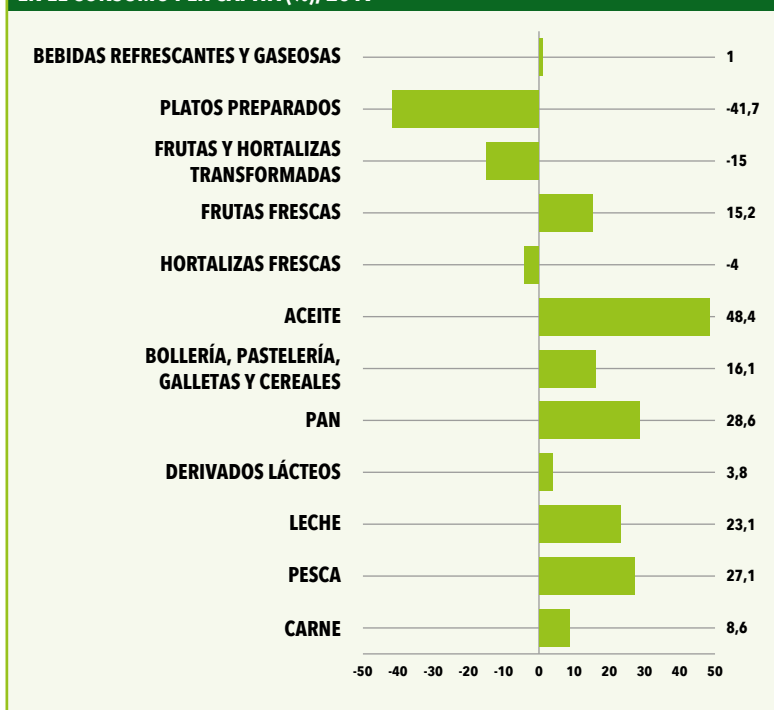
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN GALICIA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,2	1,5	29,0
CARNE	327,8	20,1	5,6
PESCA	230,4	14,1	18,1
LECHE	58,9	3,6	23,3
DERIVADOS LÁCTEOS	130,0	8,0	3,8
PAN	99,9	6,1	32,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	71,5	4,4	16,4
CHOCOLATES Y CACAOS	34,8	2,1	35,1
ACEITE	41,1	2,5	39,8
VINO	31,9	2,0	28,0
CERVEZAS	18,1	1,1	-24,3
ZUMO Y NÉCTAR	7,8	0,5	-9,1
PATATAS	30,4	1,9	15,4
HORTALIZAS FRESCAS	102,2	6,3	-4,5
FRUTAS FRESCAS	170,0	10,4	21,1
FRUTOS SECOS	24,5	1,5	1,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,3	1,6	-9,4
PLATOS PREPARADOS	41,9	2,6	-35,7
CAFÉS E INFUSIONES	26,3	1,6	-3,2
AGUA MINERAL	9,9	0,6	-22,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,3	2,0	-1,5
OTROS PRODUCTOS	92,8	5,7	-2,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.633,0	100,0	8,4

DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Galicia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (48,4%), pan (28,6%), pescado (27,1%), leche (23,1%) y frutas frescas (15,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-41,7%), frutas y hortalizas transformadas (-15,0%) y hortalizas frescas (-4,0%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
16 litros de leche líquida	16 litros de agua mineral
14 kilos de frutas frescas	6 litros de cerveza
9 kilos de pan fresco y congelado	6 kilos de platos preparados
6 kilos de pescado	1 litro de zumo y néctar
6 kilos de patatas	2 kilos de hortalizas frescas
3 litros de aceite de girasol	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
6 litros de aceite	2 kilos de carne transformada
4 kilos de pescado fresco	2 litros de batidos de leche
4 kilos de carne	1 kilo de pan industrial
3 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de arroz
2 kilos de harinas y sémolas	1 kilo de legumbres
2 litro de vinos sin Denominación de Origen	

Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares cuentan con 18.892 locales, lo que supone un 6,7% sobre el conjunto de España. A Coruña cuenta con un 41,9%; Ponteve-

dra, un 33,5%; Lugo, un 12,1%; y Ourense, un 12,5%. El equipamiento en restaurantes, bares y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el quinto y el séptimo puesto. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	18.892	3.971	14.228	693	59.587
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,7	4,9	7,9	3,8	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO

ARZÚA-ULLOA

CEBREIRO

QUEIXO TETILLA (QUESO TETILLA)

SAN SIMÓN DA COSTA

HORTALIZAS

PEMENTO DE HERBÓN

PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

MEXILLÓN DE GALICIA (MEJILLÓN DE GALICIA)

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

MONTERREI

RÍAS BAIXAS

RIBEIRA SACRA

RIBEIRO

VALDEORRAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

ORUJO DE GALICIA

AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA

LICOR DE HIERBAS DE GALICIA

LICOR CAFÉ DE GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

LACÓN GALLEGO

TERNERA GALLEGA

VACA GALLEGA / BUEY GALLEGO

CAPÓN DE VILALBA

MIEL

MEL DE GALICIA (MIEL DE GALICIA)

HARINAS Y PANES

PAN DE CEA

PAN GALEGO / PAN GALLEGO

TARTA DE SANTIAGO

HORTALIZAS

GRELOS DE GALICIA

PATACA DE GALICIA (PATATA DE GALICIA)

PEMENTO DA ARNOIA

PEMENTO DO COUTO

PEMENTO DE OIMBRA

PEMENTO DE MOUGÁN

FRUTAS

CASTAÑA DE GALICIA

LEGUMBRES

FABA DE LOURENZÁ

VINOS

RIBEIRAS DO MORRAZO

BETANZOS

VAL DO MIÑO-OURENSE (VALLE DEL MIÑO-OURENSE)

BARBANZA E IRIA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA (CRAEGA)



**** Protección Nacional Transitoria

ISLAS BALEARES

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de las Islas Baleares alcanzó en 2019 un valor superior a los 277 millones de euros, según las estimaciones realizadas. De esta cantidad cerca de 170 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 90 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). El resto de la PFA (17,7 millones de euros) fueron las aportaciones de otras producciones agrarias y del sector de los servicios agrarios. Los consumos intermedios unidos a las amortizaciones y deducidas las subvenciones no vinculadas a productos agrarios arrojaron una cifra que, restada del valor de la Producción Agraria, supone un monto de 137 millones de euros, correspondientes a la Renta Agraria generada por el sector.

En 2019, la nutrida representación de producciones agrícolas tuvo un balance muy positivo, tras la desastrosa cosecha del año anterior que se vio afectada por la sequía. El sector vegetal aportó cerca del 73% de la PFA, con el vino, el cereal, las frutas y el aceite como principales aportaciones.

La vendimia volvió dejar resultados positivos en la región, pues la producción de vino y mosto aumentó un 13% hasta los 61.200 hectolitros. La mayor parte de la producción estuvo amparada por una marca de calidad diferenciada, entre las que destacó los Vinos de la Tierra de Mallorca y los vinos de DOP Pla i Llevant.

También se incrementó la producción de aceite de oliva en la campaña 2019/2020, llegando a las 600 toneladas y por el contrario, tras los excelentes resultados de la campaña anterior, la cosecha de cereal fue mala, especialmente en el caso del trigo.

Otro tanto sucedió con la almendra, que es un cultivo muy representativo de Baleares y que en los últimos años ha visto como se recuperaba su precio. La producción de almendra se redujo un 25% y también se produjo una caída de la cosecha entre las principales hortalizas (pimiento, tomate, sandía, melón, etc.), como ya ocurriera en el año precedente.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ISLAS BALEARES

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	0,6
ALMENDRA CÁSCARA	4,6
CEBADA	32
CEBOLLAS	4,1
MAÍZ	0,7
MELÓN	4,9
NARANJAS	8,9
PATATAS	50,2
PIMIENTO	3,1
SANDÍAS	9,5
TOMATES	8,6
TRIGO	9
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	61,2
CARNE DE AVES	0,2
CARNE DE PORCINO	3,5
CARNE DE VACUNO	2
CARNE DE OVINO	1,5
LECHE DE VACA	49,7
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	7.050

FUENTE: MAPA.

Por su lado, también como en el año anterior la cosecha de patata resultó mucho mejor.

En cuanto a la ganadería, debido a su condición insular, en las islas hay producciones de todas las cabañas ganaderas, aunque minoritarias. En 2019 se produjo una



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LAS ISLAS BALEARES

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Islas Baleares Cifra de Negocio	% ISLAS BALEARES/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	614	0,5
Industria cárnica	86	0,3
Industria del pescado	5	5
Prep./Conservas frutas y hortalizas	39	0,4
Aceites y Grasas	4	0,0
Productos Lácteos	78	0,8
Molinería y almidones	25	0,7
Panadería y pastas alimenticias	106	1,3
Azúcar, café, infusiones y confitería	19	0,3
Otros productos diversos	56	0,8
Productos alimentación animal	5	5
Bebidas espirituosas	34	3,2
Vinos	32	0,5
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermen.	0	0
Bebidas no alcohólicas	99	1,9

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

ISLAS BALEARES. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	62	2,2
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	2	0,3
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	14	0,9
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	22	1,3
Fabricación de productos lácteos	54	3
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	8	1,9
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	236	2
Fabricación de otros productos alimenticios	84	2,6
Fabricación de bebidas	126	2,2
TOTAL	482	2,2

FUENTE: INE.

caída generalizada de la producción de carne (porcino, vacuno, ovino), si bien en sectores como el pollo se mantuvo la producción.

Un año más, la producción de leche de vaca quedó finalmente por debajo del nivel de la anterior campaña (se produjeron unas 49.6700 toneladas, el 0,7% de la producción nacional). Buena parte de la producción de leche regional se destina a la industria quesera, en la que sobresalen las queserías de la Denominación de Origen Mahón-Menorca, que es el alimento de calidad de Baleares más demandado. En 2019 se produjo una caída de las ventas de estos quesos del 0,2% y se comercializaron 2.500 toneladas (68% en las islas; 21% en la península y el 11% en países terceros). Además de leche de vaca, también se produjeron pequeños volúmenes de leche de oveja y de cabra.

En cuanto al comercio, en 2019 las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 109,4 millones de euros, el 0,2% del total nacional y un 16,3% más que en el año anterior. Al igual que sucediera en años anteriores, en 2019 aumentaron las ventas de vino, aceite y licores. ■

PESCA EN ISLAS BALEARES

En Islas Baleares hay 326 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 3,6% de toda España. Su arqueo llega a los 3.123 GT (0,9% del total nacional), con una potencia de 17.810 CV, lo que supone el 2,2% del conjunto de la flota pesquera, y una eslora promedio menor a los 10 metros. La edad media de esta flota es de 35 años. En 2019, Baleares tenía 16 cofradías de pescadores. Las capturas desembarcadas en los cinco puertos principales de las islas (Alcúdia, Eivissa, Palma, Maó y la Savina) superan las 3.014 toneladas, de las que más de 2.500 toneladas son de peces, entre los que destacan las especies de roca. Pero también se pescan moluscos y crustáceos. El valor total de esas capturas ronda los 21 millones de euros. Por su lado, las producciones acuícolas de Baleares llegan a las 64 toneladas, por un valor de 0,17 millones de euros. Las principales producciones en acuicultura son la dorada y la lubina. Según datos del INE, había en 2019 sólo 2 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■

Distribución alimentaria

La comunidad autónoma de Islas Baleares cuenta con 1.210.750 habitantes y cerca de 5.000 km² de superficie, un 2,6% y un 1% sobre el total nacional, respectivamente. Además, tiene una notable actividad turística: se registran en torno a 59,2 millones de pernoctaciones anuales. El poder de compra de las familias de Islas Baleares, en función del gasto medio por persona, es superior a la media nacional (un 6,7%).

En Islas Baleares hay 1.833 locales para actividades de distribución alimentaria. Se contabilizan 673 supermercados y 12 hipermercados, que suman 355.903 m². La densidad comercial se sitúa en 294,0 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 1.226 un 2,9% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
BALEARES	13.896	1.833	421	154	98	12	1.226
BALEARES/ESPAÑA (%)	2,5	1,7	3,3	2,6	2,3	2,4	2,9

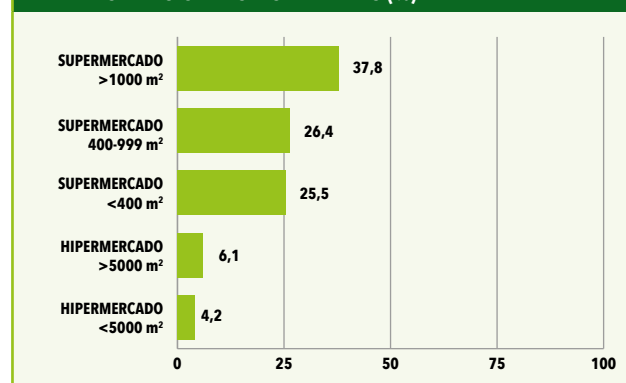
Consumo alimentario

Durante el año 2019, en las Islas Baleares se registró un gasto per cápita en alimentación de 1.706,8 euros (un 13,3% superior a la media nacional). Carne (18,3%), pescado (11,1%), frutas frescas (9,0%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (7,9%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) y pan (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de las Islas Baleares cuentan con un gasto superior en agua mineral (91,2%), vino (92,2%), cafés e infusiones (34,7%) y bebidas refrescantes y gaseosas (30,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-2,7%), pan (-1,0%) y huevos (-0,5%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Islas Baleares consumió 134 huevos, 46,9 kilos de carne, 21,0 kilos de pescado, 67,3 litros de leche, 40,5 kilos de derivados lácteos, 31,9 kilos de pan, 16,6 litros de aceite, 23,3 litros de cerveza, 65,7 kilos de hortalizas frescas, 95,4 kilos de frutas frescas, 17,3 kilos de platos preparados, 122,4 litros de agua embotellada y 49,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

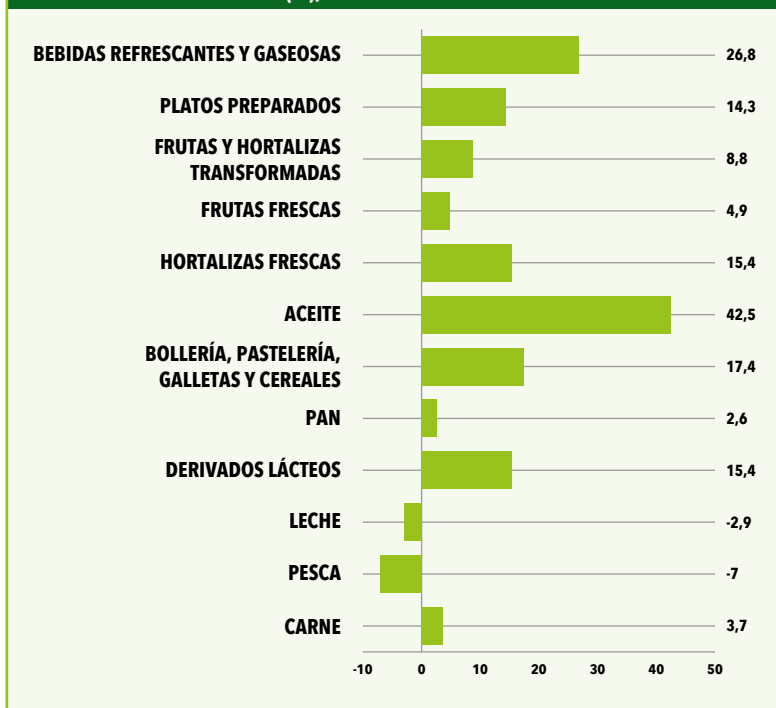
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ISLAS BALEARES (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ISLAS BALEARES (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,4	1,1	-0,5
CARNE	311,8	18,3	0,5
PESCA	189,8	11,1	-2,7
LECHE	47,6	2,8	-0,4
DERIVADOS LÁCTEOS	150,9	8,8	20,4
PAN	74,8	4,4	-1,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	74,6	4,4	21,4
CHOCOLATES Y CACAOS	27,7	1,6	7,2
ACEITE	38,8	2,3	32,0
VINO	47,9	2,8	92,2
CERVEZAS	31,9	1,9	33,1
ZUMO Y NÉCTAR	10,9	0,6	27,0
PATATAS	30,1	1,8	14,5
HORTALIZAS FRESCAS	135,4	7,9	26,6
FRUTAS FRESCAS	154,0	9,0	9,8
FRUTOS SECOS	31,6	1,9	31,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,8	1,7	6,5
PLATOS PREPARADOS	78,6	4,6	20,4
CAFÉS E INFUSIONES	36,5	2,1	34,7
AGUA MINERAL	24,4	1,4	91,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	42,9	2,5	30,9
OTROS PRODUCTOS	117,3	6,9	22,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.706,8	100,0	13,3

DESVIACIÓN DE ISLAS BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Islas Baleares se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (42,5%), bollería, pastelería, galletas y cereales (17,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (26,8%), derivados lácteos (15,4%) y hortalizas frescas (15,4%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-7,0%) y leche (-2,9%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ISLAS BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
61 litros de agua mineral	2 kilos de pescado
10 litros de bebidas refrescantes	2 litros de leche
7 litros de vino	2 kilos de pescado fresco
5 kilos de derivados lácteos	2 litros de leche envasada
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	
9 kilos de hortalizas frescas	
4 kilos de frutas frescas	
1 kilos de carne de pollo	
3 litros de aceite de girasol	
2 kilo de queso	
1 kilo de helados y tartas	
2 kilo de pastas alimenticias	
2 litro de aceite de oliva	

Hostelería y Restauración

Para los servicios de restauración y bares hay 9.627 locales, un 3,4% del total nacional. Islas Baleares es una de

las comunidades autónomas que tienen un mayor número de plazas hoteleras: un 13,4% del total de España. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
BALEARES	9.627	5.185	3.764	678	202.519
BALEARES/ESPAÑA (%)	3,4	6,4	2,1	3,7	13,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

BINISSALEM

PLA I LLEVANT

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

OLI DE MALLORCA *

ACEITUNAS

OLIVA DE MALLORCA *

FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA *

QUESOS

MAHÓN-MENORCA *

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

HERBES DE MALLORCA

HIERBAS IBICENCAS

GIN DE MAHÓN

PALO DE MALLORCA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDOS

SOBRASSADA DE MALLORCA *

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

ENSAIMADA DE MALLORCA *



FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA

VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA

IBIZA

ILLES BALEARS

ISLA DE MENORCA

MALLORCA

SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD

MARCAS DE GARANTÍA

ALMENDRA MALLORQUINA (A)

AIXÒ ÉS MEL

ANYELL D'E

CARNE DE CORDERO (MMS)

CARNE DE CERDO (PMS)

CÍTRICS SES MARJADES

ÉS MEL

FET NOSTRO

FLAÓ D'E

MEL D'M

MARCA GRÁFICA

TOMÀTIGA DE RAMELLET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSELL BALEAR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA



* Denominación en tramitación / * Inscrita en el Registro de la UE

LA RIOJA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de La Rioja ascendió en 2019 a 649 millones de euros, según estimaciones realizadas. De esta cifra 508 millones de euros fueron aportados por las producciones agrícolas (Producción Final Vegetal) y 130 millones de euros por las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera). El resto de la PFA (11 millones de euros) fueron las aportaciones de otras producciones y servicios agrícolas.

Una vez considerados los costes de producción, las amortizaciones y las subvenciones no vinculadas a la producción, se desprende una Renta Agraria para La Rioja de unos 427 millones de euros en términos corrientes en 2019, según estimaciones.

Dentro de la producción vegetal, el subgrupo que más aporta es el de la uva de vinificación (más del 60% de la PFA). En el año 2019, el valor generado por este subsector fue inferior a los 325 millones de euros, pues la vendimia fue mala.

Así, la vendimia terminó con una producción de vino y mosto de 1,9 millones de hectolitros, un 22% menos que en el año precedente. La mayor parte de este volumen fueron vinos amparados por una Denominación de Origen Protegida (DOP).

Las producciones hortícolas representan en La Rioja el 30% de la PFA y el 40% de la PFV, aproximadamente. En 2019, el balance para las hortalizas fue bueno en cuanto a precios, pero no tanto en producción, pues algunas de las cosechas fueron peores que las del año precedente.

Para el champiñón, el resultado del ejercicio fue bueno también pues la producción se mantuvo, como en años anteriores.

Asimismo, la producción de patata de la región resultó superior en un 19% a la del año precedente, pero los buenos precios que se consiguieron en general hicieron posible que el balance final fuera positivo.

En cuanto a la fruta, se produjeron caídas de cosecha en fruta de pepita (pera especialmente), pero no así en las de hueso. Asimismo, la producción de cereal fue des-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA RIOJA	
PRODUCTO	MILES DE TONELADAS AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	2,3
ALCACHOFAS	2
BRÓCOLI	2,8
CEBADA	97
CEBOLLA	2,9
CHAMPIÑÓN	70,6
COLIFLORES	10,4
JUDÍAS VERDES	18
MAÍZ	4,2
MELOCOTONES	9,4
PATATAS	46
PERAS	51
PIMIENTOS	5
REMOLACHA AZUCARERA	96
TOMATES	14,5
TRIGO	141,2
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	1.933,6
ZANAHORIAS	7,5
CARNE DE PORCINO	1,5
CARNE DE VACUNO	4
CARNE DE OVINO	3,8
CARNE DE CAPRINO	0,13
LECHE DE OVEJA	1,1
LECHE DE VACA	23,4
LECHE DE CABRA	1,5
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	3.250

FUENTE: MAPA.

igual, dependiendo de los cultivos. En el caso del trigo fue peor, pero en el de la cebada fue mejor.

Finalmente, la cosecha de aceituna de almazara (campaña 2018/2019) se cerró con una producción de aceite de 2,3 millones de toneladas, por debajo de la anterior campaña. Con respecto al sector ganadero, el balance fue positivo porque aunque hubo caídas de los precios en algunos

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	La Rioja Cifra de Negocio	% LA RIOJA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	2.027	1,7
Industria cárnica	234	0,9
Industria del pescado	5	5
Prep./Conservas frutas y hortalizas	390	3,9
Aceites y Grasas	23	0,2
Productos Lácteos	5	5
Molinería y almidones	34	1
Panadería y pastas alimenticias	80	0,9
Azúcar, café, infusiones y confitería	103	1,7
Otros productos diversos	237	3,4
Productos alimentación animal	5	5
Bebidas espirituosas	7	0,6
Vinos	937	13,5
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermen.	0	0
Bebidas no alcohólicas	5	5

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

LA RIOJA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	69	2,4
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	4	0,6
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	51	3,4
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	25	1,4
Fabricación de productos lácteos	13	0,7
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	5	1,2
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	112	0,9
Fabricación de otros productos alimenticios	36	1,1
Fabricación de bebidas	391	6,9
TOTAL	706	3,2

FUENTE: INE.

subsectores cárnicos, en general la producción fue mayor en volumen. El valor generado por este subsector de la carne se acercó a los 100 millones de euros, de los cuales casi un tercio correspondió a la carne de pollo. Los otros dos grandes sectores de producción de carne son el vacuno (4.000 toneladas en 2019) y el porcino (1.500 toneladas).

Las producciones ganaderas (leche, huevos y otras de origen animal), generaron más de 17 millones de euros. La mayor parte de este valor correspondió a la aportación del sector lácteo, que tuvo mejores precios que un año antes. En la campaña 2019 la producción de leche de vaca aumentó hasta las 23.400 toneladas, un volumen de nuevo superior al del año precedente, que sólo representó el 0,3% del total nacional. A la producción de leche de vaca se sumaron otras 1.100 toneladas de leche de oveja (inferior a la producción de 2018) y un volumen superior a 1.500 toneladas de leche de cabra.

Respecto al comercio exterior, al igual que en el año anterior las exportaciones agroalimentarias volvieron a crecer (6,1% respecto al año precedente), alcanzando un importe de 640,4 millones de euros, el 1,3% del total nacional. Entre todas las producciones, los vinos, las hortalizas y las frutas, fueron los productos más exportados, aunque en los últimos años han ido ganando peso las exportaciones de carnes. ■



Distribución alimentaria

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km² y tiene 315.950 habitantes. Logroño cuenta con más de la mitad de la población. El poder de compra de los habitantes de esta comunidad autónoma, tomando como referencia el gasto medio por persona, es prácticamente similar a la media nacional (-1,5% inferior).

En esta comunidad hay 3.814 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 835. La Rioja cuenta con 147 supermercados, 4 hipermercados y 185 actividades de comercio ambulante o mercadillos. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	3.814	835	80	31	36	4	185
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,8	0,6	0,5	0,8	0,8	0,4

Consumo alimentario

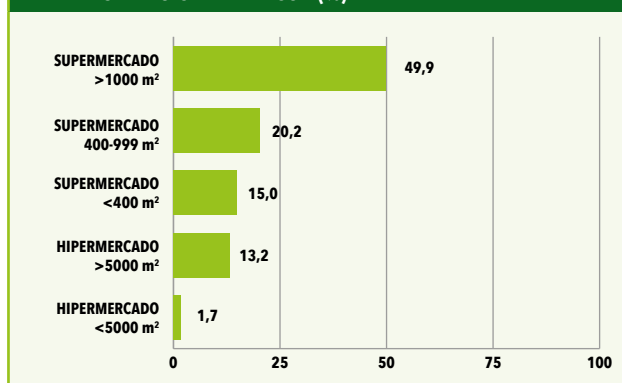
Durante el año 2019, La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.383,1 euros (un -8,2% inferior a la media nacional). Carne (23,1%), pescado (13,7%), frutas frescas (10,0%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (7,2%), pan (5,6%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de La Rioja cuentan con un gasto superior en carne (3,0%), pan (2,5%), aceite (4,7%) y leche (3,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-26,0%), vino (-29,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (-53,6%), patatas (-35,1%) y cervezas (-25,1%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona en La Rioja consumió 132 huevos, 44,4 kilos de carne, 21,9 kilos de pescado, 71,0 litros de leche, 30,3 kilos de derivados lácteos, 30,8 kilos de pan, 12,5 litros de aceite, 14,2 litros de cerveza, 49,7 kilos de hortalizas frescas, 84,5 kilos de frutas frescas, 15,1 kilos de platos preparados, 49,7 litros de agua embotellada y 18,0 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 (7,7%) y leche (2,4%) mientras que, por el

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA RIOJA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES), 2019			
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,4	1,1	-0,5
CARNE	311,8	18,3	0,5
PESCA	189,8	11,1	-2,7
LECHE	47,6	2,8	-0,4
DERIVADOS LÁCTEOS	150,9	8,8	20,4
PAN	74,8	4,4	-1,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	74,6	4,4	21,4
CHOCOLATES Y CACAOS	27,7	1,6	7,2
ACEITE	38,8	2,3	32,0
VINO	47,9	2,8	92,2
CERVEZAS	31,9	1,9	33,1
ZUMO Y NÉCTAR	10,9	0,6	27,0
PATATAS	30,1	1,8	14,5
HORTALIZAS FRESCAS	135,4	7,9	26,6
FRUTAS FRESCAS	154,0	9,0	9,8
FRUTOS SECOS	31,6	1,9	31,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,8	1,7	6,5
PLATOS PREPARADOS	78,6	4,6	20,4
CAFÉS E INFUSIONES	36,5	2,1	34,7
AGUA MINERAL	24,4	1,4	91,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	42,9	2,5	30,9
OTROS PRODUCTOS	117,3	6,9	22,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.706,8	100,0	13,3



contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-53,5%), frutas y hortalizas transformadas (-16,5%), frutas frescas (-7,1%), hortalizas frescas (-12,7%), derivados lácteos (-13,8%) y bollería, pastelería y cereales (-8,7%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
7 litros de leche desnatada	1 unidades de huevos
3 litros de leche esterilizada	11 litros de agua mineral
2 litros de leche líquida	21 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
1 kilos de carne fresca	6 kilos de frutas frescas
1 kilo de carne de ovino/caprino	11 kilos de patatas
1 kilo de despojos de carne	7 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de pescado fresco	1 kilos de carne transformada
1 kilo de azúcar	4 litros de cerveza
1 litro de aceite de girasol	3 litros de zumo y néctar
	1 kilo de carne
	5 kilos de derivados lácteos
	1 litros de batidos de leche
	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas

Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.858, un 0,7% sobre el total nacional. La participación del equi-

pamiento de la Rioja en el conjunto de restaurantes y hoteles resulta ser la menor en el conjunto del país. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA RIOJA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
LA RIOJA	1.858	413	1.391	54	6.218
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,5	0,8	0,3	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

CAVA **

RIOJA (DOCa) **

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FRUTAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO °

ACEITES

ACEITE DE LA RIOJA °

QUESOS

QUESO CAMERANO °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/°

HORTALIZAS

COLIFLOR DE CALAHORRA °

PIMIENTO RIOJANO °

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/°

EMBUTIDOS

CHORIZO RIOJANO °

VINOS

VALLES DE SADACIA °

ESPECIALIDADES TRADICIONALES
GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO °

MARCAS DE GARANTÍA

MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA

ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

AGUA MINERAL

CAFÉ

CARAMELOS

CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

EMBUTIDOS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y SEMICONSERVAS DE ANCHOAS EN SALAZÓN O EN ACEITE

FARDELEJOS

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

GALLETAS

MAZAPÁN DE SOTO

MIEL

PACHARÁN, AGUARDIENTES, LICORES Y OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES

PLATOS PREPARADOS TRADICIONALES

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

QUESOS

VINAGRES VÍNICOS

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE LA RIOJA

MARCAS COLECTIVAS

CARNES

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA

TERNOJA

FRUTAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL

FRUTOS SECOS

NUEZ DE PEDROSO

LEGUMBRES

ALUBIA DE ANGUIANO

HARINAS

PAN SOBAO DE LA RIOJA

** Denominación compartida con otras CCAA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / ° Inscrita en el Registro de la UE



NAVARRA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

Según las estimaciones realizadas, la Producción Final Agraria (PFA) de Navarra alcanzó en 2019 un valor estimado superior a 1.183 millones de euros, de los que unos 596 correspondieron a la aportación del sector agrícola (Producción Final Vegetal, PFV), 540 al ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) y el resto (47 millones de euros) a las aportaciones del sector silvícola y de los servicios, según estimaciones.

En 2019, la Renta Agraria de la Comunidad Foral de Navarra se aproximó a un valor cercano a los 645 millones de euros, una vez restados los consumos intermedios, y sumadas las amortizaciones y subvenciones, así como también la aportación de otras producciones no agrarias como la transformación de la leche o la silvicultura

Dentro de la agricultura, el cultivo del cereal es el que ocupa una mayor superficie y en el año 2019 tuvo muy malos resultados. El mayor retroceso de la cosecha se apreció en el cultivo de la cebada, pues el maíz y el trigo no tuvieron mala cosecha en comparación con el año precedente. La aportación del sector del cereal a la PFA es de aproximadamente el 15%.

Por delante de los cereales en su aportación a la PFA están las hortalizas con el 21% del total. En 2018 las cosechas en general fueron mejores que las del año precedente, aunque también hubo excepciones en verduras muy representativas de la Comunidad Foral, como son la alcachofa, el pimiento o el brócoli.

Otra producción importante es la patata. En 2018 se produjeron 11.000 toneladas, muy por debajo del volumen que se alcanzó en el año anterior, pero los precios fueron mucho mejores.

El sector de las frutas tuvo un balance desigual, pues mientras las cosechas de hueso (cereza, ciruela, etc.) fueron superiores al año precedente, las de manzana y pera no lo fueron tanto.

Al finalizar la vendimia se habían producido 580.000 hectolitros de vino y mosto, un 31% menos que un año

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE NAVARRA	
PRODUCTO	MILES DE TONELADAS AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	4
ALCACHOFAS	14,6
ARROZ CÁSCARA	11,3
BRÓCOLI	72,4
CEBADA	293,6
CEBOLLAS	23,3
COLIFLORES	37,6
GIRASOL	8,2
GUISANTES VERDES	19,6
MAÍZ	175,6
MELOCOTONES	9,2
PATATAS	10,7
PIMIENTOS	27,6
REMOLACHA AZUCARERA	29
TOMATES	145,6
TRIGO	406,8
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	580,3
CARNE DE PORCINO	2
CARNE DE VACUNO	7,3
CARNE DE OVINO	3,1
CARNE DE AVES	94
CARNE DE EQUINO	3,6
LECHE DE OVEJA	14,5
LECHE DE VACA	250
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	27.050

FUENTE: MAPA.



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN NAVARRA		
Subsectores	(Millones de Euros)	
	Navarra Cifra de Negocio	% NAVARRA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	3.451	2,9
Industria cárnica	660	2,5
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.275	12,7
Aceites y Grasas	33	0,3
Productos Lácteos	128	1,4
Molinería y almidones	121	3,4
Panadería y pastas alimenticias	266	3,2
Azúcar, café, infusiones y confitería	25	0,4
Otros productos diversos	286	4,1
Productos alimentación animal	191	1,5
Bebidas Espirituosas	21	2,0
Vinos	236	3,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermen.	67	1,7
Bebidas no alcohólicas	07	1,9

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

NAVARRA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	78	2,8
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	7	1,1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	84	5,6
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	14	0,8
Fabricación de productos lácteos	63	3,5
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	7	1,6
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	135	1,1
Fabricación de otros productos alimenticios	73	2,2
Fabricación de bebidas	136	2,4
TOTAL	597	2,7

FUENTE: INE.

antes, de los que la mayor parte correspondieron a vinos con marca de calidad diferenciada.

Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el del aceite, que saldó la campaña 2018/2019 con resultados negativos, pues se produjeron 4.700 toneladas, volumen inferior al de la anterior campaña. Asimismo, en la campaña 2018/2019, la producción volvió a bajar hasta cerca de 4.000 toneladas.

Con respecto al sector ganadero, que aporta el 42% de la PFA, el balance general fue positivo.

El sector de la carne de porcino registró un descenso de producción del 2%, pero también una subida de precios. Por el contrario, en el sector de la carne de vacuno se incrementó la producción un 33%, pero por el contrario bajaron los precios.

También fueron superiores las producciones de carne de pollo y de equino, pero no así la de ovino, que descendió un 6%.

La producción láctea tuvo también un bien comportamiento, tanto en producción como en precios. Se produjeron 250.000 toneladas de leche de vaca (algo más que en la campaña precedente), lo que representó el 3,5% del total nacional ese año. De este volumen, 44,9% fueron entregas a industrias lácteas de la región y el resto (55,1%) a industrias de regiones distintas.

Junto con la producción de leche de vaca, en la Comunidad Foral hubo también unas 14.500 toneladas de leche de oveja, un 21% más que en el año anterior.

Otra producción importante es la de huevos, que en el 2019 registró una fuerte caída de precios, con lo que se redujo su valor de cara a calcular la renta agraria.

Junto con la agricultura y la ganadería, el sector forestal también tiene mucha importancia en la renta agraria del sector agrario.

La industria agroalimentaria de la Comunidad Foral es el primer subsector industrial por su número de empleados y el segundo por producción a precios básicos.

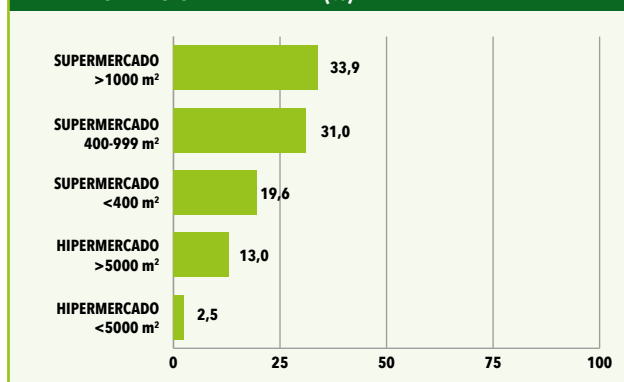
Respecto al comercio, las exportaciones crecieron un 8,4% respecto al año anterior, alcanzando un valor de 1.324,6 miles de euros, el 2,6% del total nacional. Prácticamente el 80% del valor de los intercambios comerciales de productos agrarios de Navarra con el extranjero se realizó con los países de la UE, principalmente con Francia. ■

Consumo alimentario

Durante el año 2019, Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 1.607,1 euros (un 6,6% superior a la media nacional). Carne (21,2%), pescado (12,1%), frutas frescas (9,8%), hortalizas frescas (8,3%), derivados lácteos (7,6%), pan (6,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Navarra cuentan con un gasto superior en pan (37,5%), frutas frescas (12,0%), bollería, pastelería y cereales (16,8%), chocolates y cacao (24,5%), hortalizas frescas (24,3%) y leche (25,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-44,6%), vino (-23,4%), cervezas (-5,0%), frutos secos (-14,2%), pesca (-0,3%), derivados lácteos (-2,0%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-11,2%). En términos medios, durante el año 2019 cada persona en Navarra consumió 144 huevos, 45,9 kilos de carne, 21,1 ki-

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN NAVARRA (%)



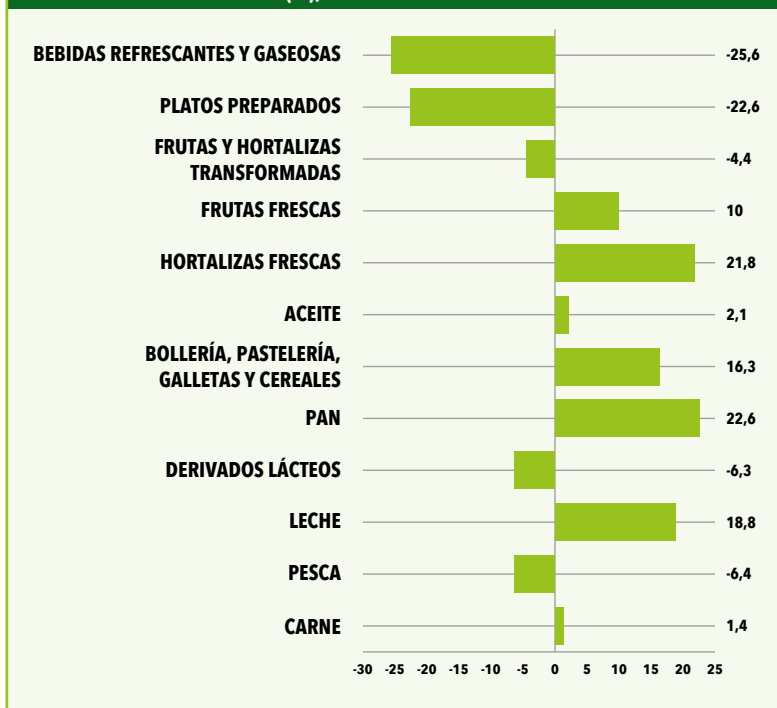
los de pescado, 82,3 litros de leche, 32,9 kilos de derivados lácteos, 38,1 kilos de pan, 11,9 litros de aceite, 14,4 litros de cerveza, 69,4 kilos de hortalizas frescas, 100,0 kilos de frutas frescas, 11,7 kilos de platos preparados, 28,3 litros de agua embotellada y 28,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,0	1,2	2,4
CARNE	340,7	21,2	9,8
PESCA	194,5	12,1	-0,3
LECHE	60,0	3,7	25,7
DERIVADOS LÁCTEOS	122,8	7,6	-2,0
PAN	103,9	6,5	37,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	71,8	4,5	16,8
CHOCOLATES Y CACAOS	32,1	2,0	24,5
ACEITE	33,3	2,1	13,2
VINO	19,1	1,2	-23,4
CERVEZAS	22,8	1,4	-5,0
ZUMO Y NÉCTAR	7,3	0,5	-14,8
PATATAS	27,1	1,7	3,1
HORTALIZAS FRESCAS	133,0	8,3	24,3
FRUTAS FRESCAS	157,2	9,8	12,0
FRUTOS SECOS	20,7	1,3	-14,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,8	1,9	10,0
PLATOS PREPARADOS	51,7	3,2	-20,7
CAFÉS E INFUSIONES	27,6	1,7	1,9
AGUA MINERAL	7,1	0,4	-44,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,1	1,8	-11,2
OTROS PRODUCTOS	94,4	5,9	-1,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.607,1	100,0	6,6

DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en Navarra se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pan (22,6%), frutas frescas (10,0%), hortalizas frescas (21,8%), leche (18,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (16,3%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-25,6%), platos preparados (-22,6%), frutas y hortalizas transformadas (-4,4%), pescado (-6,4%) y derivados lácteos (-6,3%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
11 unidades de huevos	33 litros de agua mineral
9 kilos de frutas frescas	10 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
12 kilos de hortalizas frescas	4 litros de cerveza
8 kilos de pan fresco y congelado	1 kilos de queso
2 kilo otras carnes frescas	2 kilos de derivados lácteos
8 litros leche desnatada	2 litros de vinos y derivados
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilos de carne transformada
1 kilo de patatas	2 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos
	2 litros de zumo y néctar

Hostelería y Restauración

En Navarra, hay 2.969 actividades para servicios de restauración y bares, en torno a un 1,1% sobre el conjunto nacional. La participación del equipamiento de Navarra en el total de restaurantes, bares y hoteles es una de las

más reducidas a nivel nacional -por ejemplo, es la penúltima comunidad autónoma en cuanto a número de bares y plazas de hotel-. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN NAVARRA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
NAVARRA	2.969	773	2.063	133	11.882
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,1	1,0	1,1	0,7	0,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).

Distribución alimentaria

Navarra tiene 656.500 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 casi 17 puntos superior a la media nacional. En Navarra hay 1.672 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimentación. Esta

comunidad cuenta con 377 supermercados y 9 hipermercados -estos 386 establecimientos suponen 194.353 m² que generan una densidad comercial de 296,1 m² cada 1.000 habitantes-. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 499, un 1,2% del total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	7.537	1.672	235	95	47	9	499
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,3	1,6	1,8	1,6	1,1	1,8	1,2

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

- NAVARRA •
- RIOJA (DOCa) **/•
- CAVA **/•
- PAGO ARÍNZANO •
- PAGO OTAZU •
- PRADO DE IRACHE •
- BOLANDÍN
- LARRAINZAR

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

- IDIAZABAL **/•
- RONCAL •

ACEITES

- ACEITE DE NAVARRA •

HORTALIZAS

- PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA •

MARCAS DE CALIDAD

- ALIMENTOS ARTESANOS
- PRODUCCIÓN INTEGRADA

MARCA DE GARANTÍA

- REYNO GOURMET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

- CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA
- ECOLÓGICA DE NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

- PACHARÁN NAVARRO •

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HORTALIZAS

- ALCACHOFA DE TUDELA •
- ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/•

CARNES

- TERNERA DE NAVARRA •
- CORDERO DE NAVARRA •

VINOS

- VINOS DE LA TIERRA 3 RIBERAS •

** Denominación compartida con otras CC.AA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / • Inscrita en el Registro de la UE



PAÍS VASCO

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en el País Vasco descendió en 2019. De acuerdo con las estimaciones realizadas, la renta alcanzó un valor cercano a los 218 millones de euros, expresados en valores corrientes. Cerca del 55% de la PFA procede de las producciones vegetales y un 40% de las ganaderas (el resto son las aportaciones del sector forestal y otros servicios).

El valor estimado de la PFA fue de 502 millones de euros, de los que 196 millones correspondieron a la PFG y 268 millones a la PFV.

Además, al igual que en el año precedente se observó también en 2019 un crecimiento importante del valor generado por los servicios y actividades del sector (38 millones de euros).

En 2019 aumentaron los costes intermedios, especialmente los precios de los fertilizantes, los piensos, la energía y los lubricantes.

El descenso de la renta agraria vasca fue consecuencia de la negativa evolución de las producciones vegetales y también a la caída de los precios. La caída de la renta no afectó igual a todo el territorio, pues el Guipúzcoa los resultados fueron mejores.

Dentro de la PVF, uno de los sectores que más aportó fue el del viñedo. La producción de uva fue muy baja y finalmente la cosecha de vino y mosto quedó en 628.900 hectolitros, un 23% menos que en la vendimia anterior. Otro sector importante del agro vasco es el frutícola. En 2019 las cosechas de manzana de sidra y de mesa fueron mucho mejores que un año antes, con crecimientos respectivos del 21% y del 4%. En sentido contrario, la cosecha de kiwi resultó peor que un año antes. Igualmente fue menor la producción vasca de patata (21%) y en las huertas se cosecharon mejores producciones.

También fue buena la cosecha de remolacha azucarera (33%), que todavía se cultiva en el País Vasco y lo mismo ocurrió con los cereales (cebada, trigo y maíz).

Por su lado, en el sector ganadero destacaron sectores como el de la producción láctea, los huevos, la carne de

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DEL PAÍS VASCO

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
CARNE DE OVINO	0,47
CARNE DE VACUNO	12,2
CEBADA	95,8
KIWI	1,1
LECHUGA	9,6
MAÍZ	0,6
MANZANAS DE MESA	2,8
MANZANAS DE SIDRA	9,8
NUEZ	0,4
PATATAS	50,2
PUERRO	3,5
REMOLACHA AZUCARERA	147,7
TOMATE	6,7
TRIGO	162,1
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	628,9
LECHE DE VACA	171,3
LECHE DE OVEJA	4,78
LECHE DE CABRA	0,38
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	34.850

FUENTE: MAPA.



vacuno y la de ovino-caprino. En el año 2019 se produjo un descenso del 1% en la producción de leche de vaca, que se situó en torno a las 171.300 toneladas. La producción de leche de vaca vasca representó el 2% del total nacional y se

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN PAÍS VASCO

Subsectores	(Millones de Euros)	
	País Vasco Cifra de Negocio	% PAÍS VASCO/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.243	3,6
Industria cárnica	147	0,6
Industria de Pescado	348	5,9
Prep./Conservas frutas y hortalizas	28	0,3
Aceites y grasas	31	0,3
Productos Lácteos	337	3,6
Molinería y almidones	1	0,0
Panadería y pastas alimenticias	450	5,3
Azúcar, café, infusiones y confitería	177	2,9
Otros productos diversos	239	3,5
Productos alimentación animal	875	6,7
Bebidas espirituosas	5	5
Vinos	509	7,3
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	22	0,6
Bebidas no alcohólicas	1.043	18,6

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

PAÍS VASCO. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	91	3,2
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	59	8,9
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	32	2,1
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	6	0,3
Fabricación de productos lácteos	163	9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	10	2,3
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	399	3,4
Fabricación de otros productos alimenticios	129	4
Fabricación de bebidas	541	9,5
TOTAL	1.430	6,5

FUENTE: INE.

entregó casi en su totalidad (96%) a empresas lácteas ubicadas en la región, el porcentaje de entregas locales más alto de todas las regiones, si exceptuamos las islas.

Además de leche de vaca, el País Vasco produce también leche de oveja y de cabra. En 2019 aumentó en un 29% la producción en el caso de la leche de oveja y en un 3% en el caso de la cabra.

En cuanto a las carnes, la producción regional de carne de vacuno sufrió un descenso del 3%, mientras que los precios pagados por la carne a los ganaderos bajaron. Por el contrario, el volumen de producción de carne de ovino aumentó un 4% en 2019, pero también se produjo un descenso de los precios.

Además de estas producciones, hay otras más minoritarias como las de carne de equino, aves, conejo y porcino, así como una importante producción de huevos, que completan la aportación del sector ganadero a la renta regional.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, en 2019 continuó la recuperación de las ventas iniciada un año antes. En concreto, las exportaciones totalizaron un valor de 1.058,7 millones de euros, el 2,1% del total nacional y un 6,9% más que en 2018. ■

PESCA EN PAÍS VASCO

En el País Vasco hay 199 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 2,24% del total español. Su arqueo llega hasta 87.232 GT (26,3% y su potencia ronda los 139.367 CV (17,9%). La eslora promedio es de algo más de 30 metros y la mayor de todo nuestro país, mientras que su antigüedad promedio es de 18 años, la menor de España. En esta comunidad autónoma hay 24 puertos pesqueros, siendo los más importantes los de Ondarroa y Guetaria. Están activas algo menos de 90 empresas transformadoras de productos pesqueros. La pesca de bajura subastada en las lonjas del País Vasco llega a las 81.236 toneladas, por un valor de 185 millones de euros. Por volumen, destacan las capturas de anchoa, verdel, sardina y bonito. Las producciones acuícolas vascas llegan a 450.000 euros, con 173 toneladas. Tan solo hay 6 establecimientos de producción acuícola que generan unos 20 puestos de trabajo. Según datos del INE, había en 2019 un total de 29 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■

Distribución alimentaria

El País Vasco cuenta con 2.189,350 habitantes y 7.089 km² de extensión, un 4,6% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya y Guipúzcoa concentran cerca del 85% de la población. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera en 20 puntos a la media nacional.

En el País Vasco hay 6.447 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. Vizcaya tiene el 51,8%;

Guipúzcoa, el 35,3%; y Álava, el 12,9%. En el conjunto de la comunidad hay 939 supermercados y 31 hipermercados, que suman un total de 608.938 m² y suponen una densidad comercial de 278,1 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 681, un 1,6% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
PAIS VASCO	23.955	6.447	509	267	163	31	681
PAIS VASCO/ESPAÑA (%)	4,3	6,0	3,9	4,6	3,8	6,3	1,6

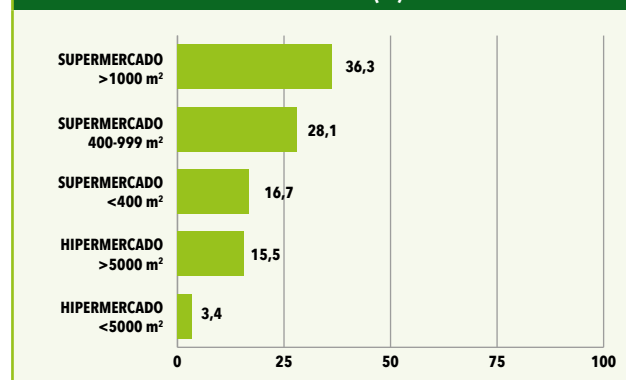
Consumo alimentario

Durante el año 2019, el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 1.726,7 euros (un 14,6% superior a la media nacional). Carne (20,7%), pescado (14,1%), frutas frescas (10,2%), derivados lácteos (7,5%), hortalizas frescas (6,9%), pan (5,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,0%) 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 (39,6%), pescado (24,9%), frutas y hortalizas transformadas (33,6%) y chocolates y cacao (37,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-57,4%), cervezas (-21,1%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-18,4%).

En términos medios, durante el año 2019 cada persona del País Vasco consumió 162 huevos, 46,7 kilos de carne, 26,2 kilos de pescado, 82,8 litros de leche, 37,5 kilos de derivados lácteos, 36,9 kilos de pan, 13,8 litros de aceite, 13,0 litros de cerveza, 58,3 kilos de hortalizas frescas, 106,5 kilos de frutas frescas, 13,3 kilos de platos preparados, 18,5 litros de agua embotellada y 27,6 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

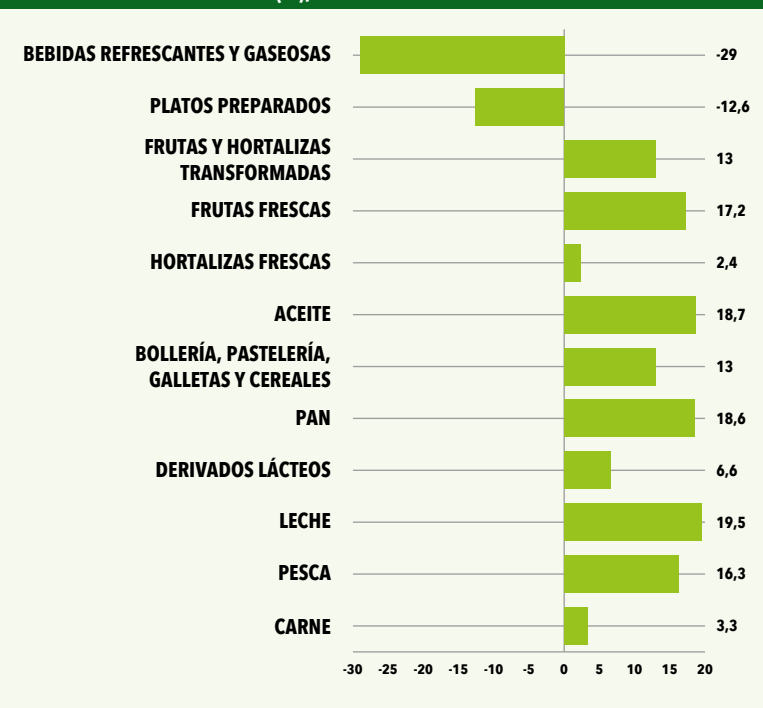
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN EL PAÍS VASCO (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,0	1,2	2,4
CARNE	340,7	21,2	9,8
PESCA	194,5	12,1	-0,3
LECHE	60,0	3,7	25,7
DERIVADOS LÁCTEOS	122,8	7,6	-2,0
PAN	103,9	6,5	37,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	71,8	4,5	16,8
CHOCOLATES Y CACAOS	32,1	2,0	24,5
ACEITE	33,3	2,1	13,2
VINO	19,1	1,2	-23,4
CERVEZAS	22,8	1,4	-5,0
ZUMO Y NÉCTAR	7,3	0,5	-14,8
PATATAS	27,1	1,7	3,1
HORTALIZAS FRESCAS	133,0	8,3	24,3
FRUTAS FRESCAS	157,2	9,8	12,0
FRUTOS SECOS	20,7	1,3	-14,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,8	1,9	10,0
PLATOS PREPARADOS	51,7	3,2	-20,7
CAFÉS E INFUSIONES	27,6	1,7	1,9
AGUA MINERAL	7,1	0,4	-44,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,1	1,8	-11,2
OTROS PRODUCTOS	94,4	5,9	-1,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.607,1	100,0	6,6

DESVIACIÓN DE PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en el País Vasco se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pescado (16,3%), leche (19,5%), frutas frescas (17,2%), pan (18,6%), aceite (18,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (13,0%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-29,0%) y en platos preparados (-12,6%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
29 unidades de huevos	42 litros de agua mineral
16 kilos de frutas frescas	11 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
14 litros de leche líquida	5 litros de cerveza
5 kilos de pescado fresco	2 kilo de platos preparados
6 kilos de pan	1 kilo de helados y tartas
1 litro de vino y derivados	1 kilo de queso
2 kilos de carne de vacuno	1 litro de batidos de leche
2 kilos de carne de pollo	1 kilo de carne congelada
16 kilos de hortalizas frescas	1 kilo de carne de cerdo
3 kilos de yogurt	1 litro vino sin DOP
2 litros de aceite	1 kilo harinas y sémolas
	1 kilo de pastas
	1 kilo de arroz

Hostelería y Restauración

Las actividades de restauración y bares alcanzan los 12.592 locales -un 4,5% sobre el total de España-. Vizcaya cuenta con el 54,0%, el 31,3% Guipúzcoa y el 14,7% Álava.

El equipamiento de restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles del País Vasco oscila entre el séptimo y el décimocuarto lugar a nivel nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EL PAÍS VASCO

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
PAÍS VASCO	12.592	3.621	8.668	303	29.503
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,5	4,5	4,8	1,7	1,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS DE PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ARABAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE ÁLAVA) *

BIZKAIKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE VIZCAYA) *

CAVA **/ *

GETARIAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE GETARIA) *

RIOJA (DOCa) **/ *

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZABAL **/ *

OTRAS BEBIDAS

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) *

HORTALIZAS

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA DE EUSKADI (ENEK)

MARCA DE GARANTÍA

FRUTAS Y HORTALIZAS

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

PESCADO

CONSERVAS

ANCHOA DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO

BONITO DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CARNES

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) *

EUSKAL BASERRIKO TXERRIA (CERDO DE CASERÍO) *

FRUTAS Y HORTALIZAS

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)

IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)

EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

LEGUMBRES

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)

TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

ARABAKO BABARRUN ARROZINA

(ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

MIEL

EZTIA (MIEL)

OTRAS BEBIDAS

SIDRA GORENAK

PESCADO

HEGALUZEA (BONITO DEL NORTE)

LÁCTEOS

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

HUEVOS

EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)



** Denominación compartida con otras CCAA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / * Inscrita en el Registro de la UE

REGIÓN DE MURCIA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Región de Murcia en 2019 se estimó en 2.675 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 1.953 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 680 millones de euros, según estimaciones del Gobierno regional. El resto de la PFA (unos 43 millones) fueron aportaciones de otros sectores y servicios agrarios.

Los inputs pagados por el sector agrario murciano subieron sensiblemente con respecto al año anterior, especialmente en el caso de los fertilizantes, los piensos y la energía.

Con todo ello, finalmente la Renta Agraria regional se situó en cerca de 1.225 millones de euros, según las estimaciones realizadas.

En la Región de Murcia, aproximadamente el 75% de la PFA procede de producciones vegetales y a efectos de calcular la renta agraria, el valor generado por las hortalizas murcianas representa el 47% de la PFV, mientras que las frutas frescas aportan el 17%, los cítricos el 14% y

las flores-plantas el 5% (el resto son otras producciones). Murcia lideró la cosecha nacional de frutas y hortalizas, sobresaliendo por su producción de albaricoque, limón, pomelo, apio, brócoli y alcachofa.

El subsector de las hortalizas tuvo un balance positivo en cuanto a producción pero más negativo en relación con los precios. Las producciones de ensalada (tomate, lechuga, pimiento, etc.) vieron incrementada su producción, con crecimientos de entre el 2% y el 10%. También el brócoli, una producción en la que la Región de Murcia lidera con el 42% de la cosecha nacional, tuvo un resultado positivo (11% más), mientras que otros cultivos como la alcachofa vieron mermada su cosecha un año más.

Igualmente, la producción de cítricos fue muy mala en producción, especialmente en el caso del limón, cuya cosecha se redujo un 19%. La Región de Murcia aportó el 60% de la cosecha nacional aproximadamente, con una producción de 548.000 toneladas. A esta producción se sumaron otras 23.600 toneladas de pomelo.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE REGIÓN DE MURCIA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2019
ACEITE DE OLIVA	10,30
ALBARICOQUES	68,00
ALCACHOFAS	81,70
ALMENDRA CÁSCARA	24,80
APIO	73,40
BRÓCOLI	223,50
CALABACÍN	14,00
CEBADA	19,88
CEBOLLAS	37,30
CIRUELAS	14,00
COLIFLORES	31,10
ESPINACAS	21,80
LECHUGAS	430,50
LIMONES	548,00
MANDARINAS-CLEMENTINAS	115,40
MELOCOTONES	223,10
MELONES	207,90
NARANJAS	123,70
NECTARINAS	102,00
PATATAS	192,60
PEPINO	22,00
PERAS	27,50
PIMIENTOS	180,40
POMELO	23,60
SANDÍAS	210,40
TOMATES	276,80
TRIGO	8,18
UVAS DE MESA	221,20
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	736,00
CARNE DE CAPRINO	1,10
CARNE DE OVINO	13,40
CARNE DE VACUNO	26,30
CARNE DE PORCINO	328,20
CARNE DE AVES	30,00
CARNE DE CONEJO	0,30
LECHE DE CABRA	52,00
LECHE DE VACA	66,20
HUEVOS (miles de docenas. Estimación)	31.680

FUENTE: MAPA.

Por su lado, la producción de vino y mosto se redujo un 19% sobre la vendimia anterior al llegar a 736.000 hectolitros, de los que la mayor parte eran vinos con Denominación de Origen Protegida o IGP.

En cuanto al aceite de oliva, la producción murciana de la campaña 2018/2019 rondó las 14.600 toneladas, más del doble que en el año precedente, pero la de la campaña 2018/2019 el aceite se redujo a 10.300 toneladas.

Dentro del sector ganadero el subsector que más aporta es el porcino, que supera en valor anualmente los 400 millones de euros, el 60% de todo la PFG. En 2019 subieron los precios de estas carnes y también el volumen de producción regional (casi 328.200 toneladas, un 2% más). Muy por detrás del porcino quedó la producción de carne de bovino, que también aumentó: 26.300 toneladas, un 9% más que un año antes.

Por su lado, la aportación del sector lácteo a la renta agraria superó los 56 millones de euros gracias a la subida de los precios y al aumento de los volúmenes producidos. El grueso de la producción fue leche de vaca (66.200 toneladas, un 5% más que en 2018), aunque también hay producciones de leche de cabra (52.000 toneladas en 2018) y de oveja (mucho más minoritaria), que abastece a la industria quesera.

La cabaña ganadera más importante de Murcia es la porcina, que ronda los 2 millones de cabezas. Las demás cabañas se sitúan a muy larga distancia de ésta.

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias crecieron de nuevo en 2019, pero menos que en el año precedente. Así, el valor alcanzado por las ventas al exterior ascendió a 5.074,6 millones de euros,



el 10% del total nacional y un 1,6% más que en 2018. El destino principal de las producciones murcianas fue Alemania, seguido de Reino Unido. ■

PESCA EN LA REGIÓN DE MURCIA

La flota pesquera murciana está compuesta por 177 embarcaciones, lo que supone algo menos del 2% del total nacional. Su arqueo llega a 3.283 GT (0,99%), su potencia a 12.416 CV (1,6%) y su eslora promedio se sitúa en 11 metros. La antigüedad media de todas esas embarcaciones es de 34 años. En 2019 Murcia tenía 1 cofradía de pescadores y 30 empresas de transformación de productos pesqueros. La pesca fresca subastada en las lonjas ascendió a 4.803 toneladas, por un valor de 16 millones de euros. Dentro del grupo de los peces, los más vendidos en las lonjas destacan el boquerón, la caballa y la alacha.

La acuicultura aporta el 86% de la producción pesquera regional. La producción anual alcanzó un valor de 117 millones de euros y un volumen de más de 15.039 toneladas. Murcia destaca en producción de atún (es la primera región en engorde), de dorada y de lubina. Existen 14 instalaciones de cultivos marinos y una planta de producción de alevines que generan cerca de 1.000 puestos de trabajo directos. Según datos del INE, había en 2019 un total de 24 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y mariscos. ■



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN REGIÓN DE MURCIA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	Murcia Cifra de Negocio	% MURCIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	6.334	5,3
Industria cárnica	1.430	5,5
Industria de Pescado	145	2,5
Prep./Conservas frutas y hortalizas	2.067	20,6
Aceites y Grasas	33	0,3
Productos Lácteos	136	1,5
Molinería y almidones	5	5
Panadería y pastas alimenticias	117	1,4
Azúcar, café, infusiones y confitería	307	5
Otros productos diversos	799	11,6
Productos alimentación animal	918	7
Bebidas espirituosas	102	9,8
Vinos	170	2,4
Cerveza, malta, sidra y otras bebidas fermentadas	62	1,6
Bebidas no alcohólicas	18	0,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2019. Con datos del INE.

REGIÓN DE MURCIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2019	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	100	3,5
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	24	3,6
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	151	10
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	34	1,9
Fabricación de productos lácteos	47	2,6
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	10	2,3
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	436	3,7
Fabricación de otros productos alimenticios	179	5,5
Fabricación de bebidas	114	2
TOTAL	1.095	5

FUENTE: INE.

Distribución alimentaria

La Región de Murcia tiene 1.504.700 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km², un 3,2% y de un 2,3% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores murcianos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en 8,7 puntos.

En esta comunidad autónoma hay 17.315 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación

se cuantifican en 2.812. En la Región de Murcia hay 586 supermercados y 13 hipermercados –estos 599 establecimientos suponen 411.943 m² y generan una densidad comercial de 273,8 m² cada 1.000 habitantes-. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 2.024, un 4,8% del total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN REGIÓN DE MURCIA

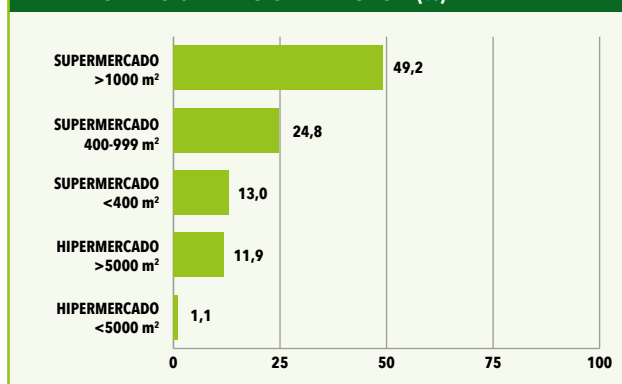
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
REGIÓN DE MURCIA	17.315	2.812	279	164	143	13	2.024
REGIÓN DE MURCIA/ESPAÑA (%)	3,1	2,6	2,2	2,8	3,4	2,6	4,8

Consumo alimentario

Durante el año 2019, la Región de Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.369,2 euros (un -9,1% inferior a la media nacional). Carne (19,0%), pescado (12,7%), frutas frescas (8,8%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (7,0%), pan (4,9%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Región de Murcia cuentan con un gasto superior en agua mineral (30,2%), cervezas (10,7%), cafés e infusiones (6,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (1,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-27,7%), aceite (-28,1%), carne (-16,2%), leche (-12,2%) y pescado (-10,8%). En términos medios, durante el año 2019 cada persona en la Región de Murcia consumió 127 huevos, 40,0 kilos de carne, 19,2 kilos de pescado, 59,6 litros de leche, 34,5 kilos de derivados lácteos, 28,7 kilos de pan, 8,9 litros de aceite, 22,1 litros de cerveza, 54,0 kilos de hortalizas frescas, 79,9 kilos de frutas frescas, 14,2 kilos de platos preparados, 79,4 litros de agua embotellada y 39,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN REGIÓN DE MURCIA (%)





MERCAMURCIA

Alimentos de Calidad a su Alcance



El Centro de **Distribución Logística Alimentaria** más importante del sureste de **España**

-  Complejo **Cárnico**
-  Mercado de **Frutas y Hortalizas**
-  Mercado de **Pescado**
-  Mercado de **Flores y Plantas**
-  Zona de **Actividades Complementarias**
-  Y mucho más...



mercamurcia.es

 [@mercamurciaiinfo](https://twitter.com/mercamurciaiinfo)

 [/mercamurcia](https://www.facebook.com/mercamurcia)

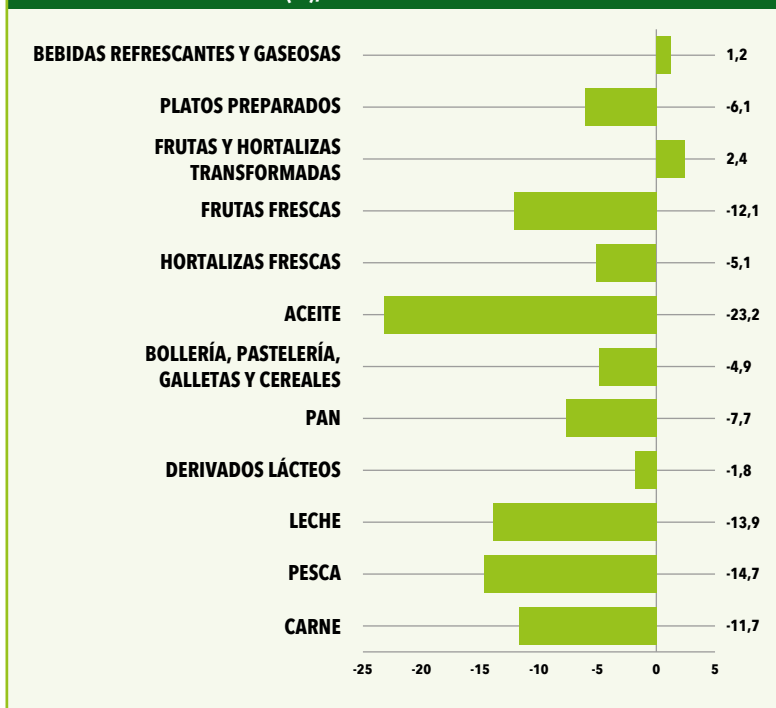
 [/mercamurcia](https://www.linkedin.com/company/mercamurcia)

 [@mercamurcia](https://www.instagram.com/mercamurcia)

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN REGIÓN DE MURCIA (HOGARES), 2019

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,4	1,3	-10,9
CARNE	260,2	19,0	-16,2
PESCA	174,0	12,7	-10,8
LECHE	41,9	3,1	-12,2
DERIVADOS LÁCTEOS	120,5	8,8	-3,8
PAN	66,6	4,9	-11,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,0	4,4	-2,4
CHOCOLATES Y CACAOS	24,9	1,8	-3,3
ACEITE	21,1	1,5	-28,1
VINO	18,0	1,3	-27,7
CERVEZAS	26,5	1,9	10,7
ZUMO Y NÉCTAR	9,7	0,7	12,6
PATATAS	23,5	1,7	-10,6
HORTALIZAS FRESCAS	96,1	7,0	-10,1
FRUTAS FRESCAS	120,1	8,8	-14,4
FRUTOS SECOS	22,2	1,6	-8,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,8	2,1	3,0
PLATOS PREPARADOS	62,4	4,6	-4,4
CAFÉS E INFUSIONES	28,9	2,1	6,6
AGUA MINERAL	16,6	1,2	30,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	33,2	2,4	1,3
OTROS PRODUCTOS	96,5	7,0	0,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.369,2	100,0	-9,1

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2019



Tomando como referencia la media nacional, en la Región de Murcia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (1,2%) y frutas y hortalizas transformadas (2,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-23,2%), pescado (-14,7%), leche (-13,9%), carne (-11,7%) y frutas frescas (-12,1%). ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN REGIÓN DE MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2019

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
18 litros de agua mineral	6 unidades de huevos
4 litros de cerveza	11 kilos de frutas frescas
1 kilo de conservas de pescado	10 litros de leche líquida
1 kilo de arroz	2 kilos de pan
1 litro de batidos de leche	5 kilos de carne
2 litro de zumo y néctar	3 kilos de pescado
	2 litros de leches fermentadas
	2 litros de aceite de oliva
	2 litros de vinos y derivados
	1 kilo de yogurt
	2 kilo de carne de cerdo
	3 kilo de hortalizas frescas

Hostelería y Restauración

En Murcia hay 7.787 actividades para servicios de restauración y bares, un 2,8% sobre el conjunto nacional. El equipamiento en restaurantes, bares, comedores colecti-

vos y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el puesto nueve y el catorce. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN REGIÓN DE MURCIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
REGIÓN DE MURCIA	7.787	1.832	5.376	579	17.667
REGIÓN DE MURCIA/ESPAÑA (%)	2,8	2,3	3,0	3,2	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2020) e INE (2020).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA REGIÓN DE MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ARROCES

CALASPARRA **/°

CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE MURCIA °

FRUTAS

PERA DE JUMILLA °

QUESOS

QUESO DE MURCIA °

QUESO DE MURCIA AL VINO °

VINOS

BULLAS

JUMILLA **

YECLA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

VINOS DE LA TIERRA

MURCIA

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMONES

JAMÓN SERRANO °

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALGODÓN

ALMENDRO

APIO

BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES

CÍTRICOS

ESCAROLA

FRUTALES DE HUESO

LECHUGA

MELÓN Y SANDÍA

OLIVO

PERAL

PIMIENTO DE INVERNADERO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN

TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

VID

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA REGIÓN DE MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

AGUA MINERAL NATURAL

LONGANIZA IMPERIAL DE LORCA

QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

** Denominación compartida con otras CCAA / ° Inscrita en el Registro de la UE



DEBIDO A LA PANDEMIA YA ATENDEMOS A 1.800.000 PERSONAS



POR ESO AHORA MÁS QUE NUNCA **¡¡¡COLABORA!!!**



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS



Índice de anunciantes

014 MEDIA, S.L.	92	MERCABARNA	DOBLEPÁGINA - CONTRAPORTADA
ANECOOP SDAD. COOP.	155	MERCAMADRID	57
ASPROCAN PLÁTANO DE CANARIAS	143	MERCAMURCIA	595
BANKIA	12	MERCASA	DESPLEGABLE CONTRAPORTADA
BIOMARKET - MERCABARNA	10	ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL	316-317
CALICER - CERTIFICADORES DE CALIDAD, S.L.	267	PIMENTÓN DE LA VERA C.R.D.O.P.	401
CANALS & MUNNÉ	435	QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P.	243
CASA SOMORROSTRO, S.L.	41	QUESO DE MURCIA Y QUESO DE MURCIA AL VINO, C.R.D.O.P.	245
CENTRAL LECHERA ASTURIANA - CAPSA	217	REAL CASA DE LA MONEDA- FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE	427
CMR GROUP	DESPLEGABLE PORTADA	REYNO GOURMET - INTIA	581
CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA	159	RIJK ZWAAN IBERICA, S.A. (SWEET PALERMO)	177
EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.	249	SERPESKA, S.A. (GRUPO MOZOS)	297
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS (FESBAL)	599	STEF IBERIA, S.A.U.	17
FRESÓN DE PALOS	157	TERNERA DE ALISTE, I.G.P.	275
GIROPOMA COSTA BRAVA, S.L.	153	TORTA DEL CASAR, C.R.D.O.P.	233
GRUPO AGROPONIENTE	151	UNICA GROUP, S.C.A. (UNICA FRESH)	147
GRUPO LECHE RIO	225	UVA DE MESA EMBOLSADA DEL VINALOPÓ D.O.P.	205
GRUPO NUFRI	149	UVASDOCE	CONTRAPORTADA
IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA)	171	VOLKSWAGEN	21
INDUSTRIAS CÁRNICAS VILLAR S.A.	265		



biomarket
mercabarna



www.mercabarna.com/biomarket

YO SOY BIO

Biomarket,
el primer mercado mayorista
de alimentos ecológicos de España.

Yo soy el nuevo mercado mayorista de productos ecológicos de Mercabarna. Un nuevo espacio con una amplia cantidad, variedad y calidad de productos bio. Más cercano, porque cuidar a tus clientes te sea ahora más fácil. Una instalación que cumple con todos los requisitos de seguridad alimentaria y certificaciones para garantizarte, en todo momento, la mejor oferta bio. Yo soy Biomarket, abierto para los profesionales desde el mes de noviembre. **Yo soy Bio.**



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



mercabarna



**EL CAMINO
MÁS CORTO**



**ENTRE ORIGEN
Y DESTINO**



**LA RED DE
MERCAS**



Servicio público sostenible y
eficiente para la cadena comercial
de las frutas y hortalizas





¡5 sabores disponibles!



Fresita
Sabor fresa

Rocio
Sabor moscatel

Roba corazones
Sabor tropical

Señadora
Sabor tropical

Mordidita
Sabor moscatel



LAS CHUCHES

de uvasdoce

La chuche Más Sana y refrescante del verano

¡Sabrosas uvas que harán disfrutar a los más pequeños!



Con cada envase una Pieza de Puzzle ¡Completalo!



Y descárgate el divertido juego 'A toda uva' donde podrás desbloquear y coleccionar nuevos Personajes!



descúbrelas en www.laschuchesdeuvasdoce.com