



# ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2018

PRODUCCIÓN | INDUSTRIA | DISTRIBUCIÓN | CONSUMO





# COMERCIO MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA



## Compartimos objetivos



Monte Everest. 8848 m. Cordillera del Himalaya

VISITE NUESTRO SITIO WEB



VEA NUESTRO VIDEO CORPORATIVO







**Compartimos objetivos**







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

### **El valor de la experiencia.**

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

### **La unión nos hace más fuertes.**

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

### **Nuestra fórmula ganadora.**

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

### **Un beneficio mutuo.**

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

**Únete. ¡Juntos los conseguiremos!**

## **COMERCIO MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA**



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

**FRUITS CMR**  
MERCABARNA  
Nave A, n.º 1025-1028  
Nave D, n.º 4001/7 y 4032/7

**CMR INFINITA**  
MERCAMADRID  
Nave A, n.º 7-23  
MADRID - SPAIN  
cmr@cmrinfinita.com

**CMR HOLLAND**  
RIDDERKERK - HOLLAND  
cmr@cmrholland.com

**CMR FRANCE**  
PERPIGNAN - FRANCE  
cmr@cmrfrance.com

**CMR MAROC**  
CASABLANCA - MOROCCO

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



**WORLD FRUIT MANAGEMENT**

**Gestión Mundial Hortofrutícola**



Marcas propias comercializadas:



[www.cmrgroup.es](http://www.cmrgroup.es)



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





# ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2018

PRODUCCIÓN | INDUSTRIA | DISTRIBUCIÓN | CONSUMO







## ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO  
21ª EDICIÓN. 2018/2019

EDITA:

MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE

DIRECTOR: ÁNGEL JUSTE

REDACCIÓN: HÉCTOR SAINZ, ATAÚLFO SANZ, DAVID VERA, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA

FOTOGRAFÍA: JOAQUIN TERÁN

PUBLICIDAD Y ADMINISTRACIÓN: MARTÍN CASTRO

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS Y MARÍA LUISA GARCÍA

ILUSTRACIÓN DE PORTADA: PABLO MONCLOA

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PUBLICIDAD: MERCASA

PASEO DE LA HABANA, 180. 28036 MADRID

TELÉFONOS: 913 506 489 / 913 500 609

[mercasa@mercasa.es](mailto:mercasa@mercasa.es)

[www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

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

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

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES	4	DULCES Y CAMELOS	308
ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	5	TURRONES Y MAZAPANES	311
<i>EL SECTOR AGROALIMENTARIO, UN VALOR QUE VA MÁS ALLÁ DE SU IMPORTANCIA ECONÓMICA</i>			
LUIS PLANAS PUCHADES. MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	6	MIEL	317
<i>LA APORTACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE LA CADENA ALIMENTARIA</i>			
VICENTE FERNÁNDEZ GUERRERO. PRESIDENTE DE SEPI	8	CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO	327
<i>SERVICIO PÚBLICO E INTERMEDIACIÓN EN EL COMERCIO ALIMENTARIO</i>			
JOSÉ RAMÓN SEMPERE. PRESIDENTE DE MERCASA	10	PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS	332
<b>DATOS BÁSICOS</b>			
<b>13</b>			
PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS			
DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA	14	CALDOS Y SOPAS	338
COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO	23	PRODUCTOS DIETÉTICOS	341
INDUSTRIA ALIMENTARIA	28	PRODUCTOS FUNCIONALES	342
ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA	32	ALIMENTACIÓN INFANTIL	343
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	34	ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS	345
CONSUMO ALIMENTARIO	38	VINAGRE	355
<b>INFORMACIÓN POR SECTORES</b>			
<b>49</b>			
CEREALES	50	CAFÉ	358
HARINAS	57	INFUSIONES	359
PAN	57	CERVEZA	364
GALLETAS	64	AGUAS ENVASADAS	368
PASTELERÍA INDUSTRIAL	65	VINO Y MOSTO	373
CEREALES PARA DESAYUNO	72	BEBIDAS ESPIRITUOSAS	409
PASTAS ALIMENTICIAS	73	BEBIDAS REFRESCANTES	424
ARROZ	78	PRODUCCIÓN INTEGRADA	429
LEGUMBRES	83	AGRICULTURA ECOLÓGICA	430
FRUTAS Y HORTALIZAS	95	<b>INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS</b>	
PLÁTANO	108	<b>439</b>	
CÍTRICOS	110	ANDALUCÍA	440
FRUTOS SECOS	114	ARAGÓN	446
HORTALIZAS	117	ASTURIAS	452
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	169	CANARIAS	458
CARNES	199	CANTABRIA	464
OVINO Y CAPRINO	206	CASTILLA-LA MANCHA	470
HUEVOS	237	CASTILLA Y LEÓN	476
PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA	244	CATALUÑA	482
OLIVAR	262	COMUNIDAD DE MADRID	488
OLEAGINOSAS	290	COMUNIDAD VALENCIANA	494
AZÚCAR	300	EXTREMADURA	500
		GALICIA	506
		ISLAS BALEARES	512
		LA RIOJA	518
		NAVARRA	524
		PAÍS VASCO	532
		REGIÓN DE MURCIA	538

<b>INFORMACIÓN POR SECTORES</b>	<b>49</b>	<b>HELADOS</b>	<b>184</b>	<b>▶ TURRONES Y MAZAPANES</b>	<b>311</b>
▶ <b>CEREALES</b>	<b>50</b>	<b>QUESOS</b>	<b>185</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE TURRONES Y MAZAPANES</b>	<b>315</b>
CEBADA	52	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD</b>	<b>190</b>	▶ <b>MIEL</b>	<b>317</b>
TRIGO	53	▶ <b>CARNES</b>	<b>199</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL</b>	<b>324</b>
MAIZ	54	PORCINO	200	▶ <b>CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO</b>	<b>327</b>
ARROZ	55	VACUNO	203	▶ <b>PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS</b>	<b>332</b>
OTROS CEREALES	56	OVINO Y CAPRINO	206	PRODUCTOS DESHIDRATADOS	337
▶ <b>HARINAS</b>	<b>57</b>	CARNE DE AVES	208	COMIDA ÉTNICA	337
▶ <b>PAN</b>	<b>57</b>	CARNE DE CONEJO	211	▶ <b>CALDOS Y SOPAS</b>	<b>338</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES</b>	<b>60</b>	CARNE DE EQUINO	212	▶ <b>PRODUCTOS DIETÉTICOS</b>	<b>341</b>
▶ <b>GALLETAS</b>	<b>64</b>	CARACOLES	212	▶ <b>PRODUCTOS FUNCIONALES</b>	<b>342</b>
▶ <b>PASTELERÍA INDUSTRIAL</b>	<b>65</b>	ELABORADOS CÁRNICOS	220	▶ <b>ALIMENTACIÓN INFANTIL</b>	<b>343</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES</b>	<b>70</b>	JAMÓN CURADO	221	ALIMENTOS PARA NIÑOS	344
▶ <b>CEREALES PARA DESAYUNO</b>	<b>72</b>	PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE	222	▶ <b>ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS</b>	<b>345</b>
▶ <b>PASTAS ALIMENTICIAS</b>	<b>73</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES</b>	<b>223</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS</b>	<b>350</b>
PASTA FRESCA	74	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES</b>	<b>229</b>	SAL	352
▶ <b>ARROZ</b>	<b>78</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS</b>	<b>233</b>	▶ <b>VINAGRE</b>	<b>355</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ</b>	<b>78</b>	▶ <b>HUEVOS</b>	<b>237</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE</b>	<b>357</b>
▶ <b>LEGUMBRES</b>	<b>83</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS</b>	<b>241</b>	▶ <b>CAFÉ</b>	<b>358</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES</b>	<b>91</b>	<b>PRODUCTOS DE LA PESCA</b>		▶ <b>INFUSIONES</b>	<b>359</b>
▶ <b>FRUTAS Y HORTALIZAS</b>	<b>95</b>	▶ <b>Y LA ACUICULTURA</b>	<b>244</b>	▶ <b>CERVEZA</b>	<b>364</b>
FRUTAS	98	PESCADO Y MARISCO FRESCO	253	▶ <b>AGUAS ENVASADAS</b>	<b>368</b>
PLÁTANO	108	ACUICULTURA	255	▶ <b>VINO Y MOSTO</b>	<b>373</b>
CÍTRICOS	110	PRODUCTOS CONGELADOS	256	VINOS DE MESA Y DE LA TIERRA	382
FRUTOS SECOS	114	CONSERVAS DE PESCADO	257	MOSTO	383
HORTALIZAS	117	AHUMADOS	259	VINOS CON DENOMINACIÓN	
FRUTAS Y HORTALIZAS	126	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA</b>	<b>260</b>	DE ORIGEN	384
PRODUCTOS VEGETALES CONGELADOS	141	▶ <b>OLIVAR</b>	<b>262</b>	CAVA	386
CONSERVAS VEGETALES	142	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA</b>	<b>270</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO</b>	<b>388</b>
ZUMOS	147	ACEITUNA DE MESA	279	▶ <b>BEBIDAS ESPIRITUOSAS</b>	<b>409</b>
PATATAS FRITAS, FRUTOS SECOS Y SNACKS	151	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA</b>	<b>289</b>	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS</b>	<b>414</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS</b>	<b>155</b>	▶ <b>OLEAGINOSAS</b>	<b>290</b>	SIDRA	419
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS</b>	<b>161</b>	ACEITES DE SEMILLAS	293	<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS</b>	<b>423</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS</b>	<b>168</b>	MARGARINA	297	VERMOUTH	423
▶ <b>LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS</b>	<b>169</b>	▶ <b>AZÚCAR</b>	<b>300</b>	▶ <b>BEBIDAS REFRESCANTES</b>	<b>424</b>
LECHE LÍQUIDA	175	▶ <b>DULCES Y CARAMELOS</b>	<b>308</b>	▶ <b>PRODUCCIÓN INTEGRADA</b>	<b>429</b>
PRODUCTOS LÁCTEOS	180			▶ <b>AGRICULTURA ECOLÓGICA</b>	<b>430</b>
<b>DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS</b>	<b>182</b>				



<b>INFORMACIÓN POR COMUNIDADES</b>	<b>439</b>				
▶ <b>ANDALUCÍA</b>	<b>440</b>				
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	440	CONSUMO ALIMENTARIO	472	INDUSTRIA ALIMENTARIA	507
INDUSTRIA ALIMENTARIA	441	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	474	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	508
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	442	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA	475	CONSUMO ALIMENTARIO	508
CONSUMO ALIMENTARIO	442	▶ <b>CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>476</b>	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	510
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	444	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	476	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA	511
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA	445	INDUSTRIA ALIMENTARIA	477	▶ <b>ISLAS BALEARES</b>	<b>512</b>
▶ <b>ARAGÓN</b>	<b>446</b>	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	478	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	512
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	446	CONSUMO ALIMENTARIO	478	INDUSTRIA ALIMENTARIA	513
INDUSTRIA ALIMENTARIA	447	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	480	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	514
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	448	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN	481	CONSUMO ALIMENTARIO	514
CONSUMO ALIMENTARIO	448	▶ <b>CATALUÑA</b>	<b>482</b>	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	516
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	450	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	482	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES	517
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN	451	INDUSTRIA ALIMENTARIA	483	▶ <b>LA RIOJA</b>	<b>518</b>
▶ <b>ASTURIAS</b>	<b>452</b>	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	484	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	518
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	452	CONSUMO ALIMENTARIO	484	INDUSTRIA ALIMENTARIA	519
INDUSTRIA ALIMENTARIA	453	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	486	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	520
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	454	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA	487	CONSUMO ALIMENTARIO	520
CONSUMO ALIMENTARIO	454	▶ <b>COMUNIDAD DE MADRID</b>	<b>488</b>	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	522
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	456	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	488	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA	523
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS	457	INDUSTRIA ALIMENTARIA	489	▶ <b>NAVARRA</b>	<b>524</b>
▶ <b>CANARIAS</b>	<b>458</b>	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	490	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	524
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	458	CONSUMO ALIMENTARIO	490	INDUSTRIA ALIMENTARIA	525
INDUSTRIA ALIMENTARIA	459	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	492	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	526
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	460	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID	493	CONSUMO ALIMENTARIO	526
CONSUMO ALIMENTARIO	460	▶ <b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>	<b>494</b>	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	528
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	462	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	494	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA	529
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS	463	INDUSTRIA ALIMENTARIA	495	▶ <b>PAÍS VASCO</b>	<b>532</b>
▶ <b>CANTABRIA</b>	<b>464</b>	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	496	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	532
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	464	CONSUMO ALIMENTARIO	496	INDUSTRIA ALIMENTARIA	533
INDUSTRIA ALIMENTARIA	465	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	498	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	534
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	466	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA	499	CONSUMO ALIMENTARIO	534
CONSUMO ALIMENTARIO	466	▶ <b>EXTREMADURA</b>	<b>500</b>	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	536
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	468	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	500	DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS DE PAÍS VASCO	537
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA	469	INDUSTRIA ALIMENTARIA	501	▶ <b>REGIÓN DE MURCIA</b>	<b>538</b>
▶ <b>CASTILLA-LA MANCHA</b>	<b>470</b>	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	502	PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	538
PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	470	CONSUMO ALIMENTARIO	502	INDUSTRIA ALIMENTARIA	539
INDUSTRIA ALIMENTARIA	471	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	504	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	540
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA	472	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA	505	CONSUMO ALIMENTARIO	540
		▶ <b>GALICIA</b>	<b>506</b>	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	542
		PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA	506	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MURCIA	543

# EL SECTOR AGROALIMENTARIO, UN VALOR QUE VA MÁS ALLÁ DE SU IMPORTANCIA ECONÓMICA

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



El sector agroalimentario es un sector estratégico de la economía española. El trabajo de las aproximadamente 900.000 explotaciones y de las 29.000 industrias alimentarias, de las que un 95 % son pequeñas y medianas empresas, genera un valor cercano a los 100.000 millones de euros, lo que supone un 10 % del Producto Interior Bruto (PIB), y unos 2,4 millones de empleos, el 7 % del total de nuestra población activa.

Datos que conviene recordar para subrayar la importancia que tiene el conjunto del sector: desde las personas que trabajan por y para la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura, hasta los que transforman la materia prima y comercializan finalmente los alimentos.

No obstante, su relevancia para toda la sociedad no queda totalmente reflejada en estas grandes cifras económicas. Va mucho más allá por su implicación social y medioambiental. Debe jugar un papel clave, apoyado por las Administraciones públicas, en ser parte de la solución a los grandes retos de futuro: la despoblación, la lucha contra el cambio climático o lograr la efectiva igualdad entre hombres y mujeres.

La lucha contra la desigualdad, ya sea de la población rural frente a la urbana, desde un punto de vista ambiental o para empoderar a las mujeres, es una política central de este Gobierno.

Debemos hacer un esfuerzo para avanzar hacia un futuro más próspero, igualitario y sostenible, lo que evidentemente exige amplitud de miras.

El medio rural español, en el que se asienta precisamente la producción primaria y gran parte de la industria alimentaria, abarca el 85 % del territorio nacional, pero apenas cuenta con un 20 % de la población total. Además, la población ha disminuido globalmente un 8 % en los últimos años. Estamos ante un medio rural, que es la base de la producción agroalimentaria, con alto riesgo de despoblación, envejecido y masculinizado. Las oportunidades laborales y de futuro son menos halagüeñas en el caso de ser mujer.

Pero hay que ser positivos y analizar bien todas las situaciones para encontrar soluciones realistas y factibles.

El propio presidente del Gobierno afirmó en el Congreso de los Diputados que la lucha contra el despoblamiento es una cuestión de Estado.

Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, junto con otros ministerios, comunidades autónomas, entes locales y agentes relacionados, colaboramos con el Comisionado del Gobierno para el reto demográfico para abordar este desafío de manera global, integral y transversal. El minis-

terio que dirijo ha acogido en octubre el Foro nacional contra el despoblamiento para dar voz a los agentes del territorio, aquellos que sufren de primera mano este problema, pero que buscan también líneas de acción para hacer frente a esa situación.

La realidad es que el medio rural puede ser un motor de actividad económica. El avance del sector agroalimentario en España en las últimas décadas, asentado, sobre todo, en el rural, es uno de los mejores ejemplos. Diseñar y desarrollar políticas encaminadas en retener y atraer a los jóvenes, especialmente las mujeres, así como apoyar la innovación y la digitalización son acciones centrales desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La Unión Europea está en pleno proceso de negociación de la Política Agraria Común (PAC) 2021-2027. España defiende el relevo generacional como un objetivo estratégico, que cuente con dotación financiera adecuada para facilitar la incorporación de los jóvenes a la actividad agraria. Este Gobierno también ha propuesto incorporar la perspectiva de género en la PAC –apenas un 30 % de los perceptores de estas ayudas son mujeres– porque, sin las mujeres, los pueblos languidecen.

El futuro, en todos los ámbitos de la sociedad, es digital. Los retos del medio rural, tanto territoriales como sectoriales, deben afrontarse en esa dirección.

Este ministerio, para impulsar ese proceso de transformación tecnológica, está ultimando la Agenda para la digitalización del sector agroalimentario y forestal y del medio rural. Son tres sus ejes de actuación: combatir la brecha digital, fomentar el uso de datos como motor de desarrollo del sector y del medio rural e impulsar el desarrollo empresarial y nuevos modelos de negocio.

Y, con las miras puestas en el futuro, no hay que olvidar el pasado, ni aquellas fórmulas que han sido esenciales para la actividad primaria y también para el medio rural.

En este 2018 conmemoramos el 40 aniversario de la Constitución y fue, precisamente, una ley del ámbito agrario, la

Ley 87/1978 de seguros agrarios, la primera de la democracia aprobada tras la promulgación de la Carta Magna. Este hecho resalta la importancia de la política de gestión de riesgos en España y que continúa siendo prioritaria tras cuatro décadas de historia.

La ley de seguros agrarios se ha consolidado como una herramienta de gestión de riesgos extraordinariamente eficaz para las explotaciones agrícolas, ganaderas, acuícolas y también para la producción forestal. Un instrumento esencial que contribuye al mantenimiento de la Producción Final Agraria de este país, que garantiza la viabilidad económica de las explotaciones y, por tanto, contribuye también a mantener vivo el medio rural.

A pesar de que los sucesivos planes anuales de seguros agrarios han evolucionado profundamente desde sus orígenes, la estructura básica de esta ley permanece casi inalterable y es todo un referente en materia de gestión de riesgos a nivel internacional.

El Gobierno de España es consciente de la importancia del sistema de seguros agrarios como uno de los ejes fundamentales de la política agraria de este país.

Muestra de ello es que una de las primeras medidas adoptadas por el MAPA fue ampliar en casi 80 millones de euros la dotación presupuestaria para financiar el plan anual de seguros agrarios, hasta a alcanzar un total de 288,44 millones de euros para el ejercicio 2018. De esta forma se ha podido hacer frente al mayor gasto debido a un incremento de la contratación.

A lo largo de los cuarenta años de historia del Sistema de Seguros Agrarios nunca antes se había dado un periodo de dos años consecutivos con una siniestralidad tan elevada como la del 2017 y lo que llevamos de 2018.

El papel del seguro agrario es fundamental para el desarrollo agrario y agroalimentario. Su valor va más allá del propio sector, ya que al asegurar la viabilidad de las explotaciones, contribuye también al mantenimiento del tejido rural aportando un gran valor para el conjunto de la sociedad. ●



# LA APORTACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE LA CADENA ALIMENTARIA

**VICENTE FERNÁNDEZ GUERRERO.** PRESIDENTE DE SEPI



La Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) tiene presencia en 15 empresas con participación mayoritaria, 9 empresas minoritarias y 100 indirectas, en las que su gestión tiene un doble objetivo: aunar la rentabilidad económica y la rentabilidad social.

Este es un reto que asumimos en todas las compañías en las que participamos, valorando su aportación a la sociedad, ya sea por el empleo y la actividad económica que generan en los territorios donde actúan o por su incidencia directa en la vida cotidiana y el bienestar de la población. Mercasa es un buen ejemplo de esta vinculación con la ciudadanía. La empresa está al frente del grupo de 23 Mercas que conforman la mayor estructura de gestión integral de mercados mayoristas del mundo. No hay ningún otro ejemplo similar en el que un Estado, como ocurre en España a través de Mercasa, en colaboración con los ayuntamientos respectivos, coordine con esta dimensión la gestión del servicio público a la cadena alimentaria que se presta en las Mercas.

En tanto que consumidores, todos nos beneficiamos de la excelencia en la función comercial que favorece la existencia de las Mercas. Sus instalaciones en los mercados centrales, las áreas logísticas, los servicios de frío, las actividades complementarias de envasado y procesado, etc.

se ponen a disposición cada día de las más de 3.000 empresas mayoristas y de otros servicios que operan desde la Red de Mercas, cuya actividad genera a diario más de 100.000 transacciones comerciales, en su mayor parte de alimentos frescos: frutas, verduras, pescados, mariscos y carnes.

Las cifras son tan relevantes como que la actividad comercial mayorista en la Red de Mercas alcanza un valor anual de 13.500 millones de euros, equivalente al 1,2% del PIB español, y correspondiente a un volumen de comercialización superior a 7,6 millones de toneladas de alimentos.

Por tipo de productos, las ventas globales de frutas y verduras en la Red de Mercas ascienden a 6,1 millones de toneladas con un valor de 6.300 millones de euros. Las ventas globales de productos pesqueros superan las 615.000 toneladas, con un valor superior a los 4.000 millones de euros. En el caso de las carnes, se aproximan ya a 700.000 toneladas, con un valor de 2.550 millones de euros, según los datos aportados por la propia compañía.

Con su actividad, Mercasa y la Red de Mercas persiguen, por tanto, el doble reto de la rentabilidad económica y la rentabilidad social que debe asumir todo servicio público. Porque si no existiesen las Mercas, los canales de suministro de alimentos frescos hacia el comercio detallista y la restauración serían, sin duda, menos eficientes y más costosos en España, perjudicando asimismo a los eslabones de la cadena en origen: los agricultores y ganaderos, las cooperativas en las zonas de producción, el sector pesquero y de la acuicultura, así como la creciente actividad importadora y exportadora que encuentra un punto de arranque o destino en las Mercas. Por último, no hay que olvidar que la presencia de Mercasa en todo este engranaje básico de la economía española garantiza también criterios de cohesión y vertebración territorial. Gracias al trabajo de Mercasa y a las áreas de influencia de las 23 Mercas, toda la población española tiene acceso a alimentos frescos de máxima calidad, sin que sea determinante el tamaño ni la ubicación de la población en que residan. ●

# SERVICIO PÚBLICO E INTERMEDIACIÓN EN EL COMERCIO ALIMENTARIO

**JOSÉ RAMÓN SEMPERE.** PRESIDENTE DE MERCASA



El sistema alimentario español, desde la producción al consumo, ha conocido en las últimas décadas una transformación espectacular, que ha afectado a todas las procesos y fases de la cadena alimentaria.

Un gran cambio que, entre otros factores, se refleja en la modernización de la producción agraria y pesquera, la importancia relativa cada vez mayor de la industria alimentaria sobre la actividad industrial en España, el peso creciente de los intercambios comerciales con el exterior, la consolidación de un nuevo modelo de distribución minorista y, sobre todo, en la presión social de las personas a la hora de consumir, cada vez más exigentes en calidad, variedad, sostenibilidad y seguridad alimentaria.

El modelo que hemos ido conformando entre todos también incluye efectos evidentes sobre los procesos que facilitan un funcionamiento correcto de la cadena comercial de los alimentos, menos visibles ante la ciudadanía, pero absolutamente imprescindibles.

Estamos hablando de logística, cadena de suministro, gestión de stocks, adaptación a diferentes formatos y tamaños de clientes en la distribución o la restauración. En definitiva, de ser eficientes y capaces de dar las respuestas adecuadas a cada necesidad.

Esta realidad afecta a toda la oferta alimentaria, comercializada en fresco o transformada, pero resulta especialmente importante en las grandes familias de alimentos perecederos: frutas y verduras, productos de la pesca y la acuicultura, y carnes de todo tipo.



Es en este tipo de alimentos donde las exigencias de eficiencia son mayores, porque son más vulnerables y tienen una dependencia mayor en la cadena de frío; además de incorporar matices importantes en frescura, presentación y sabor respecto a los alimentos transformados, exigiendo por tanto un trato diferencial en los cada vez más complejos y tecnificados procesos logísticos.

Con toda seguridad, en España no somos más listos ni mejores que en cualquier otro país de nuestro entorno. Pero sí que podemos presumir de un modelo de alimentación en el que las frutas, las verduras y los pescados tienen más presencia. En la explicación a este factor diferencial hay que buscar razones culturales y de tradición gastronómica, además de la tendencia creciente hacia una alimentación saludable.

Pero hay otro factor igualmente relevante: la existencia en España de una oferta de alimentos frescos muy amplia, diversa y ajustada a temporadas, con gran calidad y a precios razonables, que siempre está presente en formatos comerciales igualmente muy variados, desde los mercadillos ambulantes hasta los más innovadores modelos de comercio electrónico.

Y todo ello, con un soporte fundamental, la existencia de la red de Mercas, la mayor red de mercados mayoristas del mundo, que desde hace más de 50 años presta servicio pú-

blico a la intermediación en la cadena comercial, haciendo posible que más de 2.300 empresas mayoristas comercialicen cada año el 65% de todas las frutas y verduras que se consumen en España (dentro y fuera de los hogares), un 50% de los pescados y mariscos, y un 35% de las carnes.

Este servicio de intermediación ha sido y es fundamental para todos los eslabones de la cadena. Hasta tal punto que las grandes empresas de supermercados e hipermercados, que han desarrollado sistemas y plataformas propias de suministro de alimentos frescos, están ahora empezando el camino de vuelta hacia las Mercas, una vez asumidas sus limitaciones para cubrir por sí mismos todas sus necesidades y alcanzar su propio objetivo de ganar cuota de mercado en este segmento de la oferta, que sigue siendo muy inferior al alcanzado en alimentación no perecedera.

Nuestra misión, desde Mercasa y las Mercas, es realizar todos los esfuerzos que sean necesarios para estar, una vez más, a la altura de los tiempos. Debemos ser capaces de atender esta nueva realidad o, más bien, a las muchas realidades que confluyen en nosotros, con una oferta “premium” en servicio, productos, calidad, variedad y eficiencia adecuada a la omnicanalidad de todas las formas de comercio presentes y futuras. ●

El servicio público de Mercasa está comprometido con la seguridad alimentaria, la trazabilidad de los productos, la transparencia en los mercados, las buenas prácticas comerciales, la innovación tecnológica, la gestión medioambiental, la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.



¿Quieres saber cómo evolucionan los mercados mayoristas de alimentos frescos? entra en **mercasa.es**



¿Quieres conocer todos los detalles de la cadena alimentaria, desde la producción al consumo? entra en **alimentacionenespana.es**





A young woman with dark hair in two braids, wearing a grey baseball cap and a black apron over a white t-shirt, smiles warmly at the camera. She is in a kitchen setting, with stainless steel pots and containers visible in the background. She is holding a large, shallow, light-colored bowl filled with a vibrant salad of green leafy vegetables, sliced yellow and red bell peppers, and other fresh ingredients. A black glove is visible on her left hand. The text 'Best green' is partially visible on her apron.

# DATOS BÁSICOS

**ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2018**

## PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA

### PRODUCCIONES

En el año 2017, el valor de la Producción de la Rama Agraria (PRA) española ascendió a 49.165,5 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), un 2,2% más que en el año anterior. En 2015 el valor de la PRA aumentó en un porcentaje del 5,3%, 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 2017 supusieron 21.437,7 millones de euros (un 1,6% más que en 2016), se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos (VAB), que resultó ser de 27.727,8 millones de euros, un 2,7% más que en 2016.

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 2016, dichas amortizaciones se estimaron en 5.149 millones de euros, casi la misma cifra que año antes.

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

Si al VANpb se le añade esta cantidad (5.660,6 millones de euros en 2017) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de 408,1 millones de euros en el año 2017) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), que en el año 2017 alcanzó un valor de 27.831,3 millones de euros



(a precios corrientes), lo que supuso un aumento del 2,6% respecto a la RA de 2016.

La Renta Agraria por UTA (Unidad de Trabajo Agrario) registró en 2017, respecto a 2016, una caída del 4,7% en precios corrientes y la Renta Agraria Real (a precios constantes, por UTA) un aumento del 1,7%.

### EMPLEO

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), el promedio de población activa del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca) al acabar 2017 se elevó a 1.033.975 personas, un 2% más que la media del año anterior.

La media (cuatro trimestres) de ocupados agrarios en 2017 fue de 819.500 personas y la media de parados quedó en 214.475 personas. Sin embargo, al acabar el año 2017 el número de ocupados en el sector era de 820.700 personas, de los cuales 625.400 eran hombres y el resto mujeres.

Por su lado, en la industria de la alimentación y bebidas el número de activos al acabar 2017 (datos de la EPA del cuarto trimestre) ascendía a 578.800 personas, un 5% más que en el año anterior. ●

## SECTORES

### CEREALES

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) se elevó en 2017 a algo más de 16,8 millones de toneladas, un 30% menos que en el año precedente. Este descenso importante de la producción de cereal estuvo motivada principalmente por la negativa evolución que tuvieron las cosechas de cebada y trigo, así como también la de centeno.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en el año 2017 se situó en 309 millones de toneladas, un 3% más que en la campaña anterior.

La superficie cultivada esa campaña ascendió a 55,5 millones de hectáreas (algo menos que en la campaña 2016) 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 141,6 millones de toneladas (7,6 millones más que en 2016), seguida de la de maíz con 65,2 millones de toneladas (superior a la del año precedente) y la de cebada con 58,7 millones de toneladas, algo menos que en la campaña anterior. ○

### LEGUMINOSAS

La superficie de leguminosas grano en la campaña de comercialización 2017 alcanzó las 498.400 hectáreas, un 13% menos que en la campaña anterior. Estos datos incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros.

Sin embargo, pese a este aumento de las siembras la producción de todos estos cultivos fue inferior a la del año pasado, pues se produjeron 457.000 toneladas en total, un 27% menos.

Por su volumen, la producción principal fue la de los guisantes secos (194.300 toneladas en 2017) y la región con mayor producción, en general, fue un año más Castilla-La Mancha, seguida de Castilla y León. ○

### FRUTAS Y HORTALIZAS

El valor de la producción española de frutas, hortalizas y patata ascendió en 2017 a 18.547 millones de euros a

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS EN 2017

PRODUCTO	PRODUCCIÓN (Miles de toneladas)
TRIGO	4.989
CEBADA	5.940
MAÍZ GRANO	3.784
ARROZ (CÁSCARA)	805
GARBANZOS	39
GUISANTES SECOS	194,3
GIRASOL	887
REMOLACHA AZUCARERA	3.134,6
SANDÍAS	1.115
MELONES	611,4
FRESAS/FRESONES	360,4
MANZANAS DE MESA	515,4
PERAS	358,1
ALBARICOQUES	163,7
MELOCOTONES	1.025
PLÁTANOS	416,2
UVAS DE MESA	266,2
NARANJAS	3.335 (campaña 17/18)
MANDARINAS	1.996 (campaña 17/18)
LIMONES	935,7 (campaña 17/18)
ALMENDRAS CÁSCARA	230,6
PATATAS	2.365
TOMATES FRESCO	5.231,5
JUDÍAS VERDES	164,7
PIMIENTOS	1.273,9
ALCACHOFAS	215,4
COLIFLORES	139,9
AJOS SECOS	261,6
CEBOLLAS	1.293
CALABACÍN	591,9
PEPINOS	610,8
LECHUGAS	889,7
COLIFLOR	139,9
ZANAHORIAS	388
ACEITE DE OLIVA	1.246 (campaña 17/18)
ACEITUNAS ADEREZO	563,2 (campaña 17/18)
VINO Y MOSTO	34,8 (millones de hl.)
CARNE DE VACUNO	641
CARNE DE OVINO	114,8
CARNE DE CAPRINO	10,7
CARNE DE PORCINO	4.248,8
CARNE DE AVES	1.542,2
CARNE DE CONEJO	56,7
LECHE DE VACA	7.021(miles de toneladas)
LECHE DE OVEJA	512 (miles de toneladas)
LECHE DE CABRA	478(miles de toneladas)
HUEVOS DE GALLINA	779 (miles de toneladas)

Fuente: MAPA.



precios básicos, un 2,7% más que en la campaña anterior, en la que se registró un notable descenso del valor generado por estas producciones. Además de todas las frutas y hortalizas, en estos datos publicados por el Ministerio de Agricultura están incluidas también las patatas y las aceitunas de mesa.

Estas producciones agrícolas en conjunto (patata y aceitunas incluidas) representaban en 2017 el 37,7% de la Producción Final Agraria del país (un porcentaje superior al del año precedente) y también el 64% de la Producción Vegetal, también un porcentaje inferior al del año 2015.

De todos los subsectores que componen el grupo, el que más aportó al conjunto en el año 2017 fue el de las hortalizas con 9.389,4 millones de euros (en 2016 su aportación se elevó a 8.790 millones de euros y fue el segundo sector en importancia). Las frutas, que fueron el primer subgrupo en 2016, aportaron 8.710 millones de euros (en 2016 llegaron a 8.927 millones de euros) y las patatas 447 millones de euros, frente a los 763 millones de euros del año 2016. A grandes rasgos y sin entrar a analizar producto a producto, las producciones nacionales de hortalizas, patatas y frutas experimentaron en 2017 un incremento en volumen.

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en exportación de estas producciones. ○

## PATATAS

*La producción de patata en 2017 aportó cerca del 0,9% de la Producción Final Agraria y el 1,5% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy inferiores a los del año 2016, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).*

*Al contrario que en el año anterior, este cultivo registró en 2017 un descenso en el volumen de producción. Según los datos del MAPA, la producción de patata en 2017 se incrementó en volumen un 6,7%, al tiempo que los precios bajaron de media un 45%, la mayor bajada de precios de todas las producciones agrarias y con mucha diferencia.*

*Con estos datos, el valor aportado por el sector de la patata al cálculo de la renta agraria se redujo un 41,3%. Así, concretamente, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 447,6 millones de euros a precios corrientes, frente a los 785 millones del año 2016. ○*

*A nivel de cultivo, la superficie se incrementó al igual que en 2016. Se sembraron 74.100 hectáreas en todo el territorio nacional, 1.300 hectáreas más que un año antes.*

*En cuanto a la producción, ésta se situó en 2,36 millones de toneladas, un volumen superior en un 5,3% al del año precedente, según estimaciones del MAPA. Por variedades, en 2017 se registraron incrementos en las campañas temprana y de media estación, al tiempo que bajaron las cosechas de tardía y extra temprana. ○*


## REMOLACHA AZUCARERA

En la campaña 2016/2017, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 3 millones de toneladas, un volumen un 10% inferior a la campaña anterior, en la que la producción había crecido por encima de ese porcentaje. Por su parte, en la campaña 2017/2018 la producción fue por el contrario superior a la precedente: 3,13 millones de toneladas, un 4% más.

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.

Por su lado, en la campaña 2016/17 la producción nacional de azúcar quedó en 468.240 toneladas, un 15% menos que





# ENAC pone al servicio del sector alimentario una nueva herramienta para identificar los servicios acreditados más completos del mercado

En ocasiones, los laboratorios están acreditados solamente para ciertos ensayos cuando, en realidad, el mercado necesita abordar todo un conjunto de determinaciones cuya competencia técnica esté acreditada para demostrar el cumplimiento con los exigentes requisitos que establece la seguridad alimentaria.

Esta realidad puede llevar a distorsiones en la toma de decisiones por parte de los operadores económicos, bien porque no dispongan de la totalidad de resultados acreditados que requieren, bien porque tengan que dedicar más esfuerzos a localizar diferentes laboratorios acreditados para disponer de un servicio de análisis completo, ajustado a sus necesidades y totalmente amparado por la acreditación.

Por este motivo, la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) ha puesto a disposición de los laboratorios una nueva herramienta para que el mercado pueda identificar de una forma fácil a aquellos laboratorios que han demostrado la competencia técnica para realizar un conjunto de ensayos que cubran una necesidad integral en un sector: los Programas de Acreditación.

Al acreditarse para un Programa de Acreditación, los laboratorios podrán ofrecer de manera acreditada todos los servicios analíticos necesarios para un determinado fin, tanto a sus clientes como a las autoridades competentes y al mercado en general. Por otra parte, se simplifica enormemente la interpretación de los informes de resultados ayudando a diferenciar entre los ensayos acreditados y los no acreditados.

En la actualidad están disponibles los siguientes Programas de Acreditación en el sector alimentario:

- **Ensayos requeridos para la información nutricional** en el etiquetado de alimentos para aportar a los operadores alimentarios y a la autoridad competente en el ámbito del Reglamento CE nº 1169/2011 una información adecuada y clara de los laboratorios que están acreditados en la totalidad de los ensayos requeridos.
- **Ensayos para la determinación de gluten y alérgenos** de identificación obligatoria en el etiquetado de los alimentos, dirigido al análisis de las principales sustancias o productos que causan alergias o intolerancias para dar cumplimiento al Artículo 21 del Reglamento CE nº 1169/2011.
- **Ensayos microbiológicos para garantizar la Seguridad Alimentaria**, pensado para verificar el correcto funcionamiento

de los procesos basados en los principios de seguridad alimentaria, APPCC y las prácticas de higiene correctas, de acuerdo con los criterios microbiológicos establecidos en el Anexo I del Reglamento CE nº 2073/2005 y sus posteriores modificaciones.

***Los Programas de Acreditación aportan una información clara al mercado sobre los laboratorios que están acreditados para ofrecer un servicio integral en el sector alimentario***

- **Ensayos físico-químicos de vinos**, programa que permite identificar el conjunto de ensayos necesarios para verificar los límites y exigencias fijadas en la normativa comunitaria sobre la producción del vino, comprobar las principales características de calidad de los vinos amparados por denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas y evaluar la conformidad de los vinos con los requisitos analíticos básicos necesarios para la exportación a terceros países.

***El mercado ya tiene a su disposición laboratorios acreditados por ENAC para todos los Programas de Acreditación***

- **Ensayos físico-químicos de aceites de oliva y aceites de orujo de oliva**, programa que establece el conjunto de ensayos para comprobar las características de calidad y pureza de los aceites de oliva vírgenes, necesarios para cumplir con el Reglamento CE nº 2568/1991.
- **Ensayos físico-químicos de abonos CE y demás productos fertilizantes**, programa que integra el conjunto de ensayos para determinar las riquezas nutritivas que permiten cumplir y verificar las exigencias reglamentarias vigentes más comunes, recogidas en el Reglamento CE nº 2003/2003 y en el Real Decreto 506/2013.

Puede consultar el contenido de cada Programa de Acreditación, y la relación de los laboratorios acreditados en la página web de ENAC ([www.enac.es](http://www.enac.es)).



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. Igualmente, en la campaña 2017/2018 la previsión de la Comisión apunta a una producción de azúcar en España cercana a las 567.500 toneladas, un 21% más que en la campaña anterior. ○

## OLEAGINOSAS

*A pesar de la sequía que afectó seriamente a todo el país, la producción de semillas oleaginosas continuó creciendo. Así, entre girasol, colza y soja se superaron en 2017 los 1,03 millones de toneladas, un volumen superior en un 3% al cosechado un año antes.*

*Este incremento fue posible gracias principalmente a la evolución de la cosecha de girasol, que es con mucha diferencia el cultivo oleaginoso más importante en España. Así, en 2017 la cosecha de girasol llegó hasta 887.000 toneladas, un 15% más que en 2016. Por su lado, la colza registró un retroceso del 37% después de que el cultivo se dispara un año antes. Al final, se recogieron 141.900 toneladas. Por su lado, la producción nacional de soja, que es muy minoritaria, fue en 2017 la que más creció de manera porcentual.*

*En el conjunto de los 28 Estados Miembros, la producción de cultivos oleaginosos durante el año 2017 alcanzó un valor de 11.231 millones de euros, un 7% más que en 2016, según datos de la Comisión Europea publicados a efectos de calcular la renta agraria.* ○

## VINO Y MOSTO

En el año 2017 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 superiores a los del año precedente. Al contrario que en el año anterior, el volumen de vino y mosto producido en España disminuyó espectacularmente en el año 2017.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), a efectos de calcular la renta agraria nacional la producción de vino disminuyó en volumen un 19,6% respecto a la cifra del año 2016. Asimismo, en ese



año los precios subieron un 21%, encadenando tres años seguidos de subidas.

El resultado final de estos datos es que el sector generó en 2017 un valor de 1.171,3 millones de euros a precios básicos, un 2,5% menos que en el año anterior

En la vendimia de 2016 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 4,6 millones de toneladas de uva, de las cuales 2,56 millones de toneladas fueron uvas blancas y el resto tintas. La región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha (2,6 millones de toneladas en 2017), seguida muy de lejos por Cataluña.

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2017 se situó en 34,8 millones de hectolitros, un volumen inferior en un 18% al de la campaña precedente, según los datos del MAPA.

De esta producción total 32,1 millones de hectolitros correspondieron a la producción de vino (prácticamente un 17% menos que en 2016) y 2,7 millones de hectolitros a la de mostos (zumo exprimido y no fermentado de las uvas), un 27% menos que un año antes. ○

## ACEITE DE OLIVA

El valor de los productos obtenidos del olivar supuso en 2017 el 6,4% de la Producción Agraria final y el 11% de la Producción Vegetal, porcentajes superiores a los del año precedente. Según los datos del Ministerio de Agricultura, la producción de aceite de oliva 2017, estimada a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy positiva al igual de lo que sucedió en el año anterior (estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la campaña 2017/2018, sino con la anterior 2016/2017).

Así, en cantidad la producción de aceite de oliva a efectos de calcular la renta agraria se redujo un 8,2%, mientras que los precios subieron de media un 19,7% (en los dos años anteriores habían bajado). Según el Ministerio de Agricultura, el valor generado por el sector del aceite de oliva se incrementó y se situó en 3.166,3 millones de euros, muy por encima del valor del año 2016 (2.882,7 millones de euros en valores corrientes a precios básicos). Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva alcanzando en 2017 el 76% del total. A los andaluces les siguieron los olivareros de Castilla-La Mancha (8%), los de Extremadura (6%) y los de Cataluña (2%).

La producción nacional de aceite en la campaña 2016/2017 alcanzó un volumen cercano a 1,285 millones de toneladas, un 8% menos que en la campaña 2015/2016.

Sin embargo, la extrema sequía hizo que la producción de aceite descendiera en la siguiente campaña. En concreto, la producción nacional de aceite en la campaña 2017/2018 alcanzó un volumen de 1,24 millones de toneladas, un 3% menos que en la anterior.

Con respecto al comercio, la exportación de aceite de oliva en el año 2017 tuvo una positiva evolución.

En la UE, la producción de la campaña 2016/2017 ascendió a algo más de 1,9 millones de toneladas, un 17% menos que en la campaña anterior. Por su lado, en la campaña 2017/2018, la UE produjo 2,17 millones de toneladas de aceite de oliva, un 13% más que en la campaña precedente. ○

## ACEITUNA DE MESA

En la campaña 2016/2017 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 596.300 toneladas, según los datos de



**La producción de aceituna de mesa de la campaña 2017/2018 (datos a mayo de 2018) fue de 563.310 toneladas lo que supuso un retroceso del 5,5% respecto a la campaña 2016/2017, que por otro lado también fue peor que la precedente**

la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

Las producciones situadas en Andalucía alcanzaron un total de 468.000 toneladas, lo que supone el 79% de la producción nacional. Extremadura por su lado produjo casi el 17% de la cosecha.

Por su parte, la campaña 2017/2018 de aceituna de mesa comenzó el 1 de septiembre de 2017 con unas existencias de 364.610 toneladas, un volumen superior en un 7% al de la campaña anterior, en la que también aumentaron las existencias.

La producción de aceituna de mesa de la campaña 2017/2018 (datos a mayo de 2018) fue de 563.310 toneladas lo que supuso un retroceso del 5,5% respecto a la campaña 2016/2017, que por otro lado también fue peor que la precedente. ○

## PORCINO

*En 2017, el sector del porcino supuso el 36,8% de la Producción Final Ganadera y el 14,4% de la Producción Final Agraria (un porcentaje muy superior al del año 2016).*

*Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2017 ascendió a 6.894,7 millones de euros, casi 696 millones de euros más que en el año 2016.*

*La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 1,1% (el año anterior había aumentado un 6%) y los precios subieron un 10% (en 2016 habían bajado un 0,3%), dos hechos que propiciaron un aumento del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 11,2%, según estimaciones del MAPA. Por su parte, el número de animales sacrificados en 2017 ascendió a 49,7 millones de cabezas (3,9% más que en 2016), con una producción de algo más de 4,2 millones de toneladas de carne, un volumen superior al del año anterior.* ○

## VACUNO DE CARNE

El sector de vacuno de carne español representaba en 2017 el 17,6% de la Producción Final Ganadera y el 6,7% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos superiores a los del año pasado.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó un 0,9%, confirmando la tendencia al crecimiento que se inició en 2015. Asimismo, al igual que un año antes, los precios subieron (un 4,9%), con lo que el valor generado por este subsector creció también hasta llegar a 3.283 millones de euros, expresados en valores corrientes (en 2016 la cifra fue 3.101,8 millones de euros).

La producción de carne de vacuno en España aumentó por tercer año consecutivo, aunque el crecimiento fue más moderado que el del año precedente. Así, la producción ascendió a 641.000 toneladas, 3.000 toneladas más que en el año anterior.

En cuanto al comercio, la balanza en el sector del vacuno es tradicionalmente negativa, si se tienen en cuenta todas las importaciones y exportaciones del sector (carne fresca, congelada, animales vivos y despojos). En los últimos años, esa balanza se está equilibrando por el auge de la exportación. En 2017 el valor de las importaciones de

carne fue de 685 millones de euros (8,9% más que un año antes), mientras que el de las exportaciones ascendió a 642 millones de euros. ○

## OVINO Y CAPRINO DE CARNE

*El sector ovino-caprino representaba en 2017 el 2,5% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,5% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos ligeramente inferiores a los que representó en el año 2016 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.243 millones de euros, 40 millones de euros más que en el año 2016.*

*La cabaña ganadera de ovino volvió a descender en 2017 (un 2%) hasta las 15.965 cabezas. De este total, 13.737 animales eran ovino destinado al ovino de carne, una cifra ligeramente por encima de la del año anterior. Con respecto al caprino, en 2017 se sobrepasaron los 3,08 millones de animales, de los cuales 1,8 millones estaban destinados a la producción de carne.*

*En cuanto a la producción de carne, al igual que en el año precedente, en 2017 se registró un ligero retroceso en la producción conjunta de ovino-caprino. Así, se produjeron en total 125.533 toneladas de carne, de las que 114.813 toneladas eran de carne de ovino y 10.720 toneladas de caprino (unas 1.000 toneladas más). Asimismo, la producción de carne de cordero rondó las 98.985 toneladas.*

*La balanza comercial en el sector del ovino-caprino tuvo un saldo muy positivo en 2017, como es habitual.*





Las exportaciones de carne y despojos comerciales se elevaron a 37.175 toneladas, un 6% más que en el año anterior. De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales. El valor de estas exportaciones ascendió a 154,5 millones de euros, 5 millones por encima del año precedente.

En cuanto a las importaciones, el volumen total (carne y despojos) ascendió a 8.398,7 toneladas, un 9% menos que en 2016. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de la UE. ○

### CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2017 el 5,2% de la Producción Final de la rama agraria y el 13,7% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, porcentajes superiores a los del año 2016.

Al igual que sucedió un año antes, la cantidad de carne producida en 2017 aumentó un 1%, al tiempo que los precios subieron un 12,2%, al contrario que en el año anterior cuando bajaron. Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2017 se incrementó un 13% y se situó en 2.534 millones de euros, según el MAPA.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,54 millones de toneladas, frente a los 1,52 millones del año 2016.

Con respecto al comercio exterior, en 2017 se importaron 220.246 toneladas en total (Unión Europea y el resto de países terceros), lo que supuso un incremento del 15,66% respecto al año precedente. Por su parte, se exportaron 153.482 toneladas, un 4% menos.

La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea. ○

### CARNE DE CONEJO

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne se redujo en cantidad un 5,2%, mientras los precios subieron un 6,3%. Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2017 el 0,4% y con respecto a la Producción Animal, el 1% (en ambos casos muy por debajo de las cifras del año 2016).



## Una revolución silenciosa Nueva Toyota Traigo80

Toda potencia, toda eléctrica, toda Toyota

Eficacia, eficiencia y fiabilidad: todo esto y mucho más es lo que tu negocio gana con la nueva contrapesada Traigo80 de Toyota Material Handling. Su tamaño, potencia y maniobrabilidad la hacen perfecta para apilar y transportar en interiores y exteriores. Además, gracias a su motor, totalmente eléctrico, te ofrece una solución ecológica y silenciosa para el transporte de cargas pesadas.

Descubre más de Toyota Traigo en [www.toyota-forklifts.es](http://www.toyota-forklifts.es)

**TOYOTA**

MATERIAL HANDLING

El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 177,2 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos), muy por debajo de los 176 millones del año 2016. Asimismo, el valor generado por el sector de la carne de conejo a efectos de calcular la renta agraria anual fue el más bajo de la década, según los datos del MAPA, lo que confirma la difícil situación que atraviesa este subsector ganadero.

La producción de carne estimada fue 56.782 toneladas (un 4,8% por debajo de los datos del año precedente). La región con mayor producción fue Galicia (13.861 toneladas en 2017), seguida muy de cerca por Cataluña (13.686 toneladas).

El balance comercial del sector de la carne siguió teniendo un saldo positivo en 2017 pues las exportaciones superaron a las importaciones con creces. ○

## CARNE DE EQUINO

La producción de carne de equino se redujo en cantidad en 2017 un 15,3%, mientras los precios subieron un 8,8% (más que en el año precedente, en el que también subieron). El valor generado por este subsector se redujo con respecto a un año antes un 8%, hasta los 80 millones de euros (valores a precios básicos), según el MAPA.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2014 el 0,2% (igual que otros años) y con respecto a la Producción Animal, el 0,52%.

En 2017 se sacrificaron menos de 44.617 animales (un 17% menos que en 2016) y la producción de carne se situó en cerca de 11.075 toneladas, 2.100 toneladas menos que la producción del año precedente.

En cuanto al comercio exterior, en 2017 se importaron 555,8 toneladas de carne y despojos de animales de la especie caballo (un 65% más que en el año anterior) y se exportaron 8.728 toneladas (un 4% menos), según los datos de la Dirección General de Comercio. ○

## HUEVOS

La producción de huevos en España representó en 2017 el 7% de la Producción Final Ganadera y el 2,7% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

En el año 2017, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.326,7 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra superior en un 48,6% a la del año anterior (en 2016 se produjo un descenso importante). Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos aumentó en cantidad un 20,2% en 2017, mientras que los precios crecieron un 23,6%. Por su lado, la producción de huevos puestos por gallinas superó los 1.168 millones de docenas, un 6,3% más que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura. En los últimos años, la balanza comercial del sector de los huevos ha tenido un saldo positivo ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones, pero en 2017 descendieron tanto las compras como las ventas. ○

## LECHE

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2017 supuso el 15,7% de la Producción Final Ganadera y el 6% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año 2016.

El valor generado por este subsector ascendió a 2.972,6 millones de euros a precios básicos, 152 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector descendió. En general, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2017 la producción de leche aumentó en volumen un 1,7% respecto al año 2016, encadenando así tres años seguidos de incrementos.

El grueso de la producción (cerca del 75%) correspondió a la producción de leche de vaca. En 2017, España contaba de 823.390 vacas de ordeño, cifra inferior a la del año precedente. Finalmente, las entregas de leche de vaca a las industrias ascendieron en 2017 a 7.020.884,6 toneladas, un 1,9% más que en el año anterior. En cuanto a la leche de oveja y cabra, continuando con la línea de recuperación del año 2016, la producción de leche de oveja y de cabra siguió creciendo en 2017. En concreto, en el primer caso la producción se elevó a 5120.00 toneladas (un 3% más) y en segundo a 478.000 toneladas (un 4% más).

De acuerdo con los datos de Aduanas, el valor de las exportaciones de leche y productos lácteos en el año 2017 se elevó a 1.139,4 millones de euros, cifra superior en un 18% a la del año precedente. Por su lado, el valor de las importaciones fue de 1.886,1 millones de euros, un 11% más que en el año anterior. Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo superior a los 528 millones de euros. ○

## COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO

Desde el año 2000 la tendencia al crecimiento de las exportaciones agroalimentarias solamente se vio interrumpida en 2009, cuando se produjo una caída del 0,3% en el valor de lo exportado. En los años siguientes (2010, 2011 y 2012), las ventas exteriores crecieron alrededor del 11% anual en valor, mientras que en los años 2013 y 2014, el crecimiento fue más moderado (un 3,6% y un 4,5%, respectivamente). En 2015, el crecimiento fue del 7,5%; en 2016 del 5,9% y en 2017 se continuó por la misma senda.

En concreto, las exportaciones agroalimentarias registraron un crecimiento del 6,8% respecto al año 2016, al alcanzar un valor de 50.039 millones de euros. De esta cifra, 41.701 millones de euros fue el valor de las exportaciones de productos agrarios, 4.260 millones de euros de las ventas de productos no alimentarios y 4.078 de productos pesqueros. En todos los casos, los valores del año 2017 fueron superiores a los del año precedente.

Por su lado, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2017 también aumentó (7,5%) hasta situarse en 37.979 millones de euros, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca, y Alimentación.

Conforme a estos datos, el saldo comercial agroalimentario fue finalmente de 12.061 millones de euros, un 4,5% más que en el año 2016.

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 9%.

Asimismo, en el marco del comercio exterior de España, el sector agroalimentario continuó ganado peso, como en años anteriores. Concretamente, las exportaciones agroalimentarias supusieron el 18% del total, un porcentaje ligeramente inferior al del año 2016.

Por grupos de productos, los que alcanzaron un mayor valor dentro de las exportaciones fueron las frutas, con 8.294 millones de euros y un crecimiento del 0,6% con respecto al año precedente. La moderada subida del valor de estas exportaciones se debió a que los precios medios bajaron un 3%, según estimaciones del MAPA.

El segundo grupo por su importancia económica dentro de las exportaciones fue el de las hortalizas, que en 2017 totalizó 6.033 millones de euros, con un crecimiento del 4,4%. Las carnes y sus derivados, con un valor de exportación de 5.704 millones de euros, fueron el tercer grupo en impor-



tancia y registraron en 2017 un crecimiento del 7,2% con relación al año precedente.

Ya a mucha distancia con respecto a estos tres grandes grupos se encontró el de los aceites y grasas, entre los que sobresale el aceite de oliva. El valor alcanzado por las exportaciones nacionales aumentó un 9%, el mayor incremento de todos los grandes grupos, hasta los 4.938 millones de euros. Finalmente, el último gran sector exportador dentro de los productos agroalimentarios fue el de las bebidas, con el vino a la cabeza. En 2017, el valor generado por las exportaciones de este subgrupo fue de 4.156 millones de euros, un 1,7% más que en el año precedente.

Por productos, los cinco alimentos más exportados de España son el aceite de oliva, la carne de porcino, los cítricos, el vino y el tomate. En 2017, las exportaciones de aceite de oliva (año natural, no campaña) superaron las 941.100 toneladas (un 2% más), por un valor de 3.666,7 millones de euros.





## EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2016	2017	2016	2017
ACEITE DE OLIVA	3.183	3.66,7	924,48	941,17
AGUA	258,3	275,1	494	366,5
AGUACATES	243	304	91,6	107
AJOS	375,5	315	162,6	165,8
ALBARICOQUE	115,4	108,8	80	88,9
ALMENDRA (cáscara y grano)	576,5	528,7	74,8	81,5
ANIMALES VIVOS BOVINO	214	290	82	110
ANIMALES VIVOS PORCINO	169,3	184,9	143,6	137,6
ARROZ	162,9	154	288,8	271,4
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	464	483,9	185,2	180,6
ATUNES COMUNES	44,8	44	56,6	45,6
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	114	80,5	210,8	132,9
CALABACINES	267,2	313,3	327,3	319,8
CALAMARES Y JIBIAS	238,7	50,8	75,5	273,8
CARNE DE OVINO-CAPRINO	149,5	154,5	35,23	37,17
CARNE DE PORCINO TOTAL	3.167	3607,8	1.471	1555
CARNE DE VACUNO TOTAL	607,9	641,9	169,5	171,9
CARNE Y DESPOJOS DE AVES	305,9	309,9	225,7	211,5
CEBOLLAS	137,9	115,6	356,7	336,8
CERVEZA DE MALTA	199,5	182,5	248,9	265,8
CIRUELAS	111,8	99,4	109,2	98,6
COLES Y BRÓCOLIS	456,8	479,6	464,5	446,9
CONSERVAS DE ACEITUNAS	690,7	684	485,9	485,6
CONSERVAS DE TOMATE	340	353	472,3	471,9
FRESAS Y FRESONES	583	587,4	311	303,9
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	170,7	182,7	142,3	130,1
JUGO DE FRUTAS	601,2	730,6	661	777,6
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	93,3	147,4	41,3	68,7
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	202,9	228,2	209,9	289,5
LECHUGAS Y ACHICORIAS	714,4	662,8	815,2	761,9
LIMONES	725,4	738	545,5	688,8
MANDARINAS	1.287,6	1.251,1	1.464	1.356
MANZANAS	100,9	84,8	129,2	123,1
MELOCOTONES	387,2	376,1	407,4	453,5
MELONES	303,4	287,1	444,4	441,3
NARANJAS	1.082,6	1.129,3	1.556,4	1.603,7
NECTARINA	413,4	418,5	418,8	468,4
PATATA	123	93,6	280	294,7
PEPINOS Y PEPINILLOS	547,2	566,2	632	626,7
PERAS	77,3	93,8	92,5	119,6
PIMIENTA	155,7	159,9	60,7	59,7
PIMIENTOS DULCES	930,8	953,9	701,3	686,6
PLÁTANOS Y BANANAS	61,9	66,2	92,6	98,9
QUESOS Y REQUESÓN	412,2	455	88,5	98,6

## EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2016	2017	2016	2017
RODABALLO FRESCO	38,8	40,3	4,2	4,9
SANDÍAS	333,7	323,3	719,4	738,6
TOMATES FRESCOS	959,5	1.003,10	907,6	809,6
TRIGO	73,2	84,3	287	462
UVAS FRESCAS	291,9	284,8	157,1	143,6
VERMUT Y SIMILARES			66,8	73,7
VINO	2675,6	2886,4	2.293	2365,7
YOGURES	99,9	98,2	85,6	83,7

Fuente: S.E.COMERCIO



La carne de cerdo (incluidos todos los productos del sector) vendida al exterior ascendió a 2,16 millones de toneladas, por un valor de 5.013 millones de euros (un 13% más).

Asimismo, la exportación de vino aumentó un 8% hasta alcanzar un valor de 2.886,4 millones de euros y los cítricos en total vendieron en el exterior por un valor de 3.171,6 millones de euros, prácticamente el mismo valor que en el año anterior.

Finalmente, dentro de las hortalizas el tomate lidera las exportaciones nacionales y en 2017 alcanzó un valor de 1.003 millones de euros, un 1% más que en el año precedente.

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

## DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

El principal socio comercial de España en 2017 fue la UE, si bien en los últimos años se ha observado un aumento paulatino de las exportaciones a países terceros.

Las ventas de productos agroalimentarios a la UE representaron en 2017 el 73% del total vendido, mientras que en el año anterior ese porcentaje fue del 74%. El valor de las ventas agroalimentarias a la UE se elevó a 36.772 millones de euros, con un crecimiento del 6,3% con relación al valor de las exportaciones de 2016.

Por países, los principales socios en 2017 fueron por orden Francia, Alemania e Italia. Más concretamente, las exportaciones a Francia aumentaron un 4,7% hasta 8.019 millones de euros; las de Alemania un 2,7%, hasta 5.624 millones

*Las ventas de productos agroalimentarios a la UE representaron en 2017 el 73% del total vendido, mientras que en el año anterior ese porcentaje fue del 74%. El valor de las ventas agroalimentarias a la UE se elevó a 36.772 millones de euros, con un crecimiento del 6,3% con relación al valor de las exportaciones de 2016*





de euros, y las de Italia un 14,3% hasta 5.601 millones de euros. Otro destino importante de las exportaciones agroalimentarias españolas es Portugal.

En cuanto a los países terceros, los principales socios comerciales de España resultaron ser EEUU, China y Japón. El primero importó alimentos por un valor de 1.999 millones de euros (un 9,3% más); el segundo por 1.478 millones de euros (un 3% más) y el tercero por 901 millones de euros (un 16,3% más). Otros países que también compraron alimentos a España 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 EN LA UE

La Unión Europea exportó en 2017 productos agroalimentarios por un valor de 137.904 millones de euros, un 5% más que en el año anterior, según datos de la Comisión Europea. Por su lado, importó productos agroalimentarios por un valor de 117.377 millones de euros, un 4,5% más

también que en el año 2016. Con estos datos, la balanza comercial comunitaria en este sector tuvo un superávit de 20.527 millones de euros.

Por países, en 2017 se incrementaron las exportaciones a Estados Unidos (6% más), Rusia (16%), Japón (11%) China (5%) y Turquía (14%). Por el contrario, se redujo el valor de las exportaciones a países de África y de Oriente Próximo. Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones agroalimentarias de la UE y el vino fue, en general, el primer producto exportado. En 2017, las exportaciones comunitarias de vino se incrementaron un 12% hasta superar los 1,2 millones de euros. En segundo lugar en cuanto a exportaciones se situó la leche en polvo (926 millones de euros) y en terceros, los alimentos infantiles. En 2017 se produjo una caída espectacular de las exportaciones de cereales desde la UE como consecuencia de la menor cosecha, y también bajaron ligeramente las ventas exteriores de carne de cerdo. Con relación a las importaciones, en 2017 se produjo también un aumento, pero en menor proporción que el de las exportaciones. Los países a los que más alimentos compró la UE en 2017 fueron Brasil (11.800 millones de euros), Estados Unidos (11.000 millones de euros) y Argentina (5.700 millones de euros).

También fueron importantes las compras a Ucrania, China, Indonesia, Suiza y Turquía. En cuanto a los productos comprados, en 2017 el mayor valor fue el de las frutas tropicales (13.768 millones de euros, un 5,2% más), seguido del café (incluidas las infusiones y el té). ●





### IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2016	2017	2016	2017
ACEITE DE GIRASOL	420,3	564,6	544,4	769,9
ACEITE DE OLIVA	297,4	341	103,6	104,2
ALMENDRA (cáscara y grano)	669,3	524,8	112,7	110,5
ANIMALES VIVOS VACUNO	229,6	265,5	80,9	90,3
ARROZ	83,9	83,2	172,7	145,7
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	142,6	139,8	51	39,3
ATUNES COMUNES	203,4	234,6	101,8	102,8
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	470,4	580,2	1.070	1184
BACALAO SECO O SALADO	96,9	99,2	20,6	19
BONITO CONGELADO	72	90	57,4	54,5
CACAO EN GRANO	316	264	110,7	123,6
CAFÉ	894,3	957,7	320,5	307,3
CALAMARES Y JIBIAS	616,7	1050	137,2	273,8
CAMARONES Y LANGOSTINOS	1.055	1.095	164	168
CARNE DE AVES	329,3	357,6	163,4	181,1
CARNE DE PORCINO	189,5	230,2	108,7	121
CARNE DE VACUNO	629,7	685,25	124	124,2
CEBADA	176,3	208,7	1.069	1.339,5
CERVEZA	265,6	273,6	492	502,7
CONSERVAS DE ESPÁRRAGOS	104	82	486	485,6
GARBANZOS	50,7	55,7	44,7	41,7
HABAS DE SOJA	1.152	1210	3.173	3.395,7
JUDÍAS VERDES	137,6	154,9	147,2	112,13
KIWIS	161,8	219,5	150,8	217,4
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	101,8	99,6	78,2	86,3
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	140,5	169,9	189,9	163,4
LENGUADO	39,5	39,9	4,2	4,3
LENTEJAS	64,7	64,9	67,1	74,7
MAÍZ	1.097	1312,5	6.008	7.470,40
MANZANAS	223	149,5	161,5	191,8
MERLUZA CONGELADA	180,8	177,4	50,1	47,9
PATATA FRESCA	729	221,5	729,5	780,9
PIÑA	151,7	123,6	112,7	168,7
PLÁTANOS Y BANANAS	285,4	106,6	155,6	306,9
PULPOS CONGELADOS Y FRESCOS	376,6	509,1	55,1	55,6
QUESOS	905,3	1021,4	278	288,4
RON	181,9	151,9	44,2	40,8
SEMILLAS DE GIRASOL	237,2	208,9	460,3	461,9
TOMATES FRESCOS	144	118,9	102,3	189,9
TRIGO	1.178	1066	7.029	6.182
VINO	179,4	188,3	78,7	71,7
WHISKY	372,9	351	64,6	59,3
YOGURES	176,6	168,4	153,6	145,6

Fuente: S.E.COMERCIO

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

La industria de alimentación y bebidas ha consolidado su posición como primer sector industrial con máximos históricos en variables relacionadas con la producción, el empleo y el comercio exterior, conforme a la información que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) para el año 2017.

Durante este último ejercicio, los tres indicadores de coyuntura del sector industrial (*Índice de Producción Industrial*, *Índice de Entrada de Pedidos a la Industria* e *Índice de Cifra de Negocios*), muestran una situación satisfactoria en la industria de alimentación y bebidas. A lo largo de 2017, las entradas de pedidos han ido perfilando un crecimiento de la actividad muy significativo con un avance anual que ya superan ascensos acumulados de la actividad del 24% con relación al año 2010.

En 2017, la producción nominal de la industria de alimentación y bebidas ascendió a 102.313 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,9% respecto a 2016. En términos reales, el sector de alimentación y bebidas muestra un aumento de la producción del 0,8% (89.885 millones de euros, esta cifra permite confirmar la recuperación del sector superando niveles de producción real anteriores a la crisis). El subsector más importante en la industria de alimentación y bebidas es la industria cárnica, que representa el 23,0%, seguido por la fabricación de bebidas (14,2%), aceites y grasas (11,2%), comidas para animales (9,1%) y productos lácteos (7,8%). Estos cinco sectores suponen casi dos ter-



ceras partes de la producción total (su aportación conjunta asciende a 66.771 millones de euros).

Respecto al año anterior, han aumentado su actividad los diez sectores considerados. El incremento más notable se produce en frutas y hortalizas (5,5%), en panadería (4,8%), molinería (4,7%) y otros productos (4,0%).

La subida de precios que ha experimentado la industria de la alimentación durante el año 2017 (1,3%) contrasta con la evolución del conjunto del sector industrial (7,5%). En el caso de la fabricación de bebidas, se ha producido una variación en el índice de precios también del 1,3%. Por su parte, el IPC de alimentos y bebidas no alcohólicas se ha elevado un 1,7%, una subida similar a la del conjunto de la economía. Esta estabilidad se explica tanto por la ligera

### DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA

	CÁRNICA	PESCADO	FRUTAS Y HORTALIZAS	ACEITES	LACTEOS	MOLINERÍA	PANADERÍA Y PASTAS	OTROS PRODUCTOS	ALIMENTACIÓN ANIMAL	BEBIDAS
NÚMERO DE EMPRESAS	3.830	622	1.423	1.655	1.641	438	10.539	2.823	798	5.249
VALOR DE LA ACTIVIDAD (MILLONES EUROS)	23.549	4.538	8.584	11.458	7.985	3.277	7.552	11.590	9.282	14.497
ÍNDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL (2010=100)	117,1	99,1	107,2	72,9	90,0	100,3	109,9	102,4	105,7	100,4
OCUPADOS	80.067	18.480	33.211	9.749	26.123	6.206	80.229	47.672	12.592	49.778
HÓRAS MEDIAS TRABAJA- DAS POR OCUPADO	1.837	1.722	1.760	1.623	1.718	1.789	1.779	1.780	1.791	1.703
GASTOS DE PERSONAL	2.369	481	975	351	960	271	1.853	1.786	527	2.246
SALARIO MEDIO POR OCUPADO	27.209	23.961	26.994	33.135	33.815	40.234	21.247	37.454	38.502	45.115

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





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**

elevación en los precios de los alimentos elaborados (0,9%) como en las bebidas alcohólicas (0,7%).

Las empresas de la industria de alimentación y fabricación de bebidas en España suponen el 17,9% del total de empresas de la industria manufacturera. En el sector agroalimentario, las empresas activas registradas en 2017 suman un total de 29.018 empresas, el ejercicio se cierra en positivo con la incorporación de 980 empresas vinculadas a la producción de alimentos y bebidas. Al mismo tiempo, en este sector se mantiene la notable dualidad y atomización empresarial puesto que las microempresas (de 1 a 9 asalariados) alcanzan más del 54% del total mientras que las grandes empresas (más de 250 asalariados) no llegan ni al 1%. Frente a la pérdida de 10 empresas de más de 500 empleados en el conjunto de la industria española, el sector alimentario avanza y protagoniza 4 nuevas incorporaciones y, por tanto, el 23,8% de las grandes empresas industriales del país se ubiquen en este sector, un porcentaje que tan solo un año antes se establecía en un 21,5%.

Desde la perspectiva sectorial, las empresas dedicadas a la transformación de pescados son las únicas que disminuyen (-1,6%). Por el contrario, las empresas de lácteos (5,3%), panadería (5,3%), aceites (4,9%) y otros productos (7,0%) han aumentado.

El sector industrial de alimentación y bebidas ocupa en 2017 a casi 429.900 personas sumando, según las estimaciones de FIAB, a un 2,1% más de ocupados a tiempo completo durante el último ejercicio. La trayectoria del volumen de ocupados en el sector de alimentación y bebidas ha sido positivo aunque ha perdido representatividad en el sector industrial y en el conjunto de la economía (supone un 18,7% y un 2,4%, respectivamente). En 2017 la creación de empleo se generaliza, aunque es el sector de la alimentación el que registra una tasa de crecimiento

del empleo más elevada (ya representa el 88,5% del total de trabajadores).

El buen comportamiento en el mercado laboral se traduce en un creciente peso del sector de alimentación y bebidas en la industria (representa más de un quinto, 20,9%). Por otra parte, la industria de alimentación y bebidas cuenta con 414.500 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone un 20,8% del total de afiliados en la industria manufacturera. Tanto por volumen de actividad como por dimensión empresarial y heterogeneidad de productos, el sector de alimentos y el de bebidas han seguido trayectorias diferenciales en el comportamiento de su empleo, claramente identificadas en las cifras de afiliación. Incluso con un crecimiento del 1,7%, el segmento de las bebidas sigue sin recuperar los niveles previos a la crisis (dista en más de 8.250 trabajadores, tomando como referente al año 2007). La tasa de asalarización en el sector de alimentos y bebidas mantiene su diferencial positivo con respecto al conjunto de la economía y, además, la mayor parte del empleo creado durante los últimos años se ha concentrado en la categoría de asalariados. También en la industria de alimentos y, todavía en mayor medida en el segmento de bebidas, el sesgo hacia el empleo masculino sigue siendo importante; no obstante, en 2017, el crecimiento del empleo femenino ha sido más intenso con un 5,8% frente al 4,9% masculino.

Durante los últimos años, los esfuerzos realizados por la industria para mejorar sus ratios de productividad se han hecho visibles. El avance registrado durante 2017 ha contribuido de forma importante a reducir la brecha tanto con el conjunto de la economía como de la industria (concretamente, un aumento del 1,5% frente al 0,5% y el 0,1%, respectivamente) y, por tanto, se ha logrado superar los referentes del año 2008, generándose un valor por cada puesto de trabajo superior a 58.165 euros.

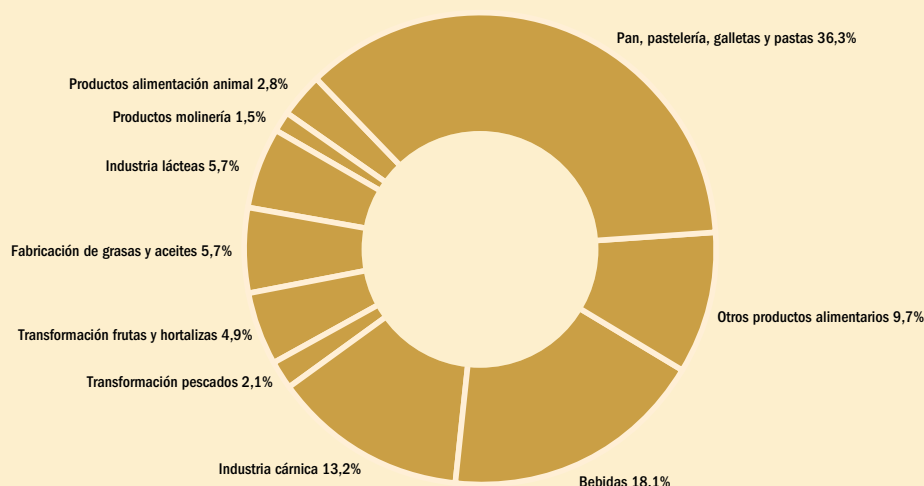
---

***Las empresas de la industria de alimentación y fabricación de bebidas en España suponen el 17,9% del total de empresas de la industria manufacturera. En el sector agroalimentario, las empresas activas registradas en 2017 suman un total de 29.018 empresas***

---



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



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

El análisis sectorial indica que la industria cárnica emplea algo más de 80.060 personas, lo que supone un 18,6% del total del empleo en el sector y, junto a panadería y pastas alimenticias, representan el 37,3%. El siguiente en importancia es la fabricación de bebidas con 49.778 empleos (11,6%). A continuación, la preparación y conservación de frutas y hortalizas con 33.211 empleos (7,7% de participación); además, los productos lácteos también superan el 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, el sector de la alimentación y las bebidas ha estado tradicionalmente orientado al mercado exterior, como así lo demuestran sus elevados índices de apertura en términos de exportaciones. En 2017, las exportaciones de alimentos y bebidas se situaban en 30.650 millones de euros (el 12,4% de las exportaciones de bienes del país), un 9,0% por encima del valor exportado en 2016. Para este mismo ejercicio, las importaciones españolas de productos de la alimentación y bebidas concentran cerca del 7% del total de importaciones de bienes de la economía (ascienden a 22.441 mi-

llones de euros, un 9,2% superior a 2016). Como resultado, en 2017, el superávit comercial ha alcanzado un valor de 8.209 millones de euros (un 8,6% superior al del año 2016). Los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de alimentos y bebidas son europeos y, fuera de la Unión Europea, destacan Estados Unidos (5,6%), China (4,0%) y Japón (2,7%). En definitiva, la industria alimentaria española se presenta en 2017 como una de las más dinámicas, con perfiles que superan a los valores medios del conjunto de la UE-28.

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, alcanza el 1,0%. Con independencia del tamaño empresarial, el número de empresas alimentarias que realizan actividades de I+D ha seguido aumentando, pasando de representar un 50% del total a cerca del 63%, en tan solo 9 años. La evolución reciente del número de empresas que realizan actividades de innovación mantiene las actuaciones internas como prioritarias. En cuanto al I+D externo (5,6% de los gastos efectuados), la adquisición de maquinaria, equipos, hardware y software consume la mayor parte del esfuerzo innovador. ●

## ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA

Las actividades de distribución comercial cuentan con la finalidad última de asegurar el abastecimiento de productos, especialmente los alimentarios, a los consumidores. Así, se advierte la significativa participación de las actividades minoristas de alimentación en el conjunto de la estructura distributiva. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 21,3% se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del DIRCE que elabora el INE; revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 112.003 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,4 locales comerciales especializados en comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de País Vasco (2,9 locales/1.000 habitantes), La Rioja (2,9 locales/1.000 habitantes) y Cataluña y Castilla y León (ambas con 2,8 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 2017, se contabilizaron 22.037 establecimientos de libreservicio (484 hipermercados y 21.554 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 13.226.430 m<sup>2</sup>.

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libreservicio en Andalucía (18,2%), Cataluña (16,1%), Comunidad Valenciana (12,0%) y

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

Nº EMPRESAS	97.916
Nº LOCALES	114.869
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	21.593.002
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	5.963.256
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	188.867
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	249.995
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	148.119

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2018).



### ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%
<b>HIPERMERCADOS</b>	484	1.816.998	13,7	908.499	9,1
Hipermercado pequeño	172	345.682	2,6	172.841	1,7
Hipermercado grande	312	1.471.316	11,1	735.658	7,3
<b>SUPERMERCADOS</b>	21.553	11.409.432	86,3	9.127.546	90,9
Hasta 399 m <sup>2</sup>	11.642	2.214.449	16,7	1.771.559	17,7
De 400 m <sup>2</sup> a 999 m <sup>2</sup>	5.959	3.791.298	28,7	3.033.038	30,2
Mas de 1.000 m <sup>2</sup>	3.952	5.403.685	40,9	4.322.948	43,1
<b>TOTAL</b>	22.037	13.226.430	100,0	10.036.045	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%).

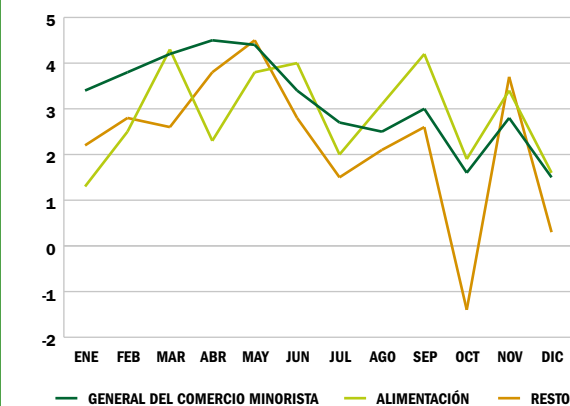
Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018).

Comunidad de Madrid (10,8%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (374,2 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Galicia (342,7 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Cantabria (335,9 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes) y Comunidad Valenciana (322,9 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (219,4 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), País Vasco (268,5 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Murcia (269,9 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), y Castilla y León (273,7 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes).

### EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS

El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2017 un ascenso interanual en sus ventas del 0,5%. De forma más precisa, los productos de alimentación aumentaron un 1,6% y los no alimentarios se incrementan un 0,4% (concretamente, un 2,4% en equipo personal que contrasta con los descensos del -0,6% en equipo del hogar y del -0,7% en otros bienes).

#### 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 (2018).

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

	Variación índice de ventas 2017/16	Variación índice ocupación 2017/16
Empresas unilocalizadas	-1,0	0,9
Pequeñas cadenas	-1,4	0,9
Grandes cadenas	3,6	3,6
Grandes superficies	1,7	2,4
Índice General	0,9	1,7

Fuente: INE (2018).

**El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2017 un ascenso interanual en sus ventas del 0,5%. De forma más precisa, los productos de alimentación aumentaron un 1,6% y los no alimentarios se incrementan un 0,4%**

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 3,6%, presentan el mayor ascenso en su volumen de ventas). Por el contrario, las pequeñas cadenas experimentan un descenso del -1,4% y las empresas unilocalizadas del -1,0%.

Por otra parte, en el conjunto del año 2017 y teniendo en cuenta la información de las series originales, todas las comunidades aumentan sus ventas respecto al año anterior a excepción de Castilla y León (-1,0%), Cataluña (-1,6%), Extremadura (-1,7%) y País Vasco (-0,8%). Las que presentan los mayores ascensos son Madrid (4,8%), Canarias (3,1%) y Murcia (2,0%). El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2017 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia pareja entre el *Índice General* y el *Índice de Alimentación*. El *Índice General* ha oscilando durante el año 2017, contando con tasas positivas durante todo el año. En cuanto al *Índice de Alimentación* también se observa una evolución favorable sin ninguna tasa negativa durante el año; destaca el mejor comportamiento durante el primer semestre del 2017. La evolución más favorable del *Índice General* se asocia a los meses de marzo, abril y mayo (4,5%) mientras que en el caso del *Índice de Alimentación* los meses con elevaciones más notables han marzo (4,3%) y septiembre (4,2%). ●

## 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,...). Tomando como referencia el gasto total fuera del hogar (esto es, en torno a un 35% del gasto total de alimentación), los restaurantes con servicio de mesa cuentan con una cuota cercana al 16% sobre el gasto total de alimentación, los establecimientos de autoservicio, servicio rápido o barra con un 13% y el grupo de máquinas automáticas, hoteles, transporte, ocio nocturno y conveniencia con casi un 6,0%.

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.

Durante el año 2015 se produce un cambio de tendencia que se ha consolidado en los ejercicios siguientes. Por tanto, la alimentación fuera del hogar ha ganado 100 millones de visitas y se han aumentado las ventas en 900 millones de euros (gasto medio por ticket de 4,88 euros). La subida de ventas (2,5%) viene asociada a un proceso de aumento en el número de visitas (1,3%) y del gasto medio por comensal (1,0%). El consumidor ha relajado sus restricciones presupuestarias a la hora de abordar el gasto en restauración y se ha consolidado durante este año, con respecto a los periodos anteriores, el incremento tanto de visitas como del ticket medio.

Durante los últimos años, las actividades de restauración han buscado nuevas fórmulas y técnicas para prestar el

### DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	68.454	27,0	76.492	27,6
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	13.528	5,3	16.617	6,0
Establecimientos de bebidas	171.362	67,6	184.430	66,5
Total servicios de comidas y bebidas	253.344	100,0	277.539	100,0

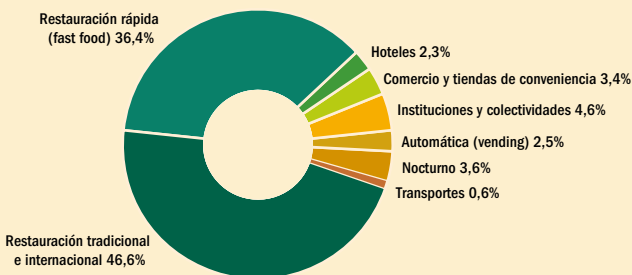
Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2017).

### LA FRANQUICIA EN RESTAURACIÓN, 2017

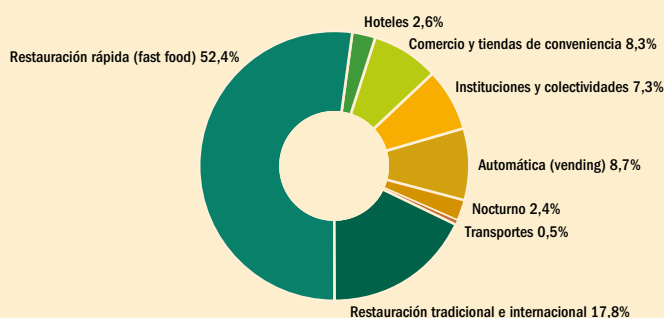
	ENSEÑAS	ESTABLECIMIENTOS	FACTURACIÓN (Millones euros)	EMPLEO
CAFETERÍAS Y CHOCOLATERÍAS	30	647	151,9	2.703
CERVECERÍAS Y SIDRERÍAS	12	425	100,8	1.844
COMIDA RÁPIDA	45	3.066	2.678,2	30.338
HELADERÍAS Y YOGURTERÍAS	24	621	117,1	1.592
RESTAURANTES	65	3.011	2.243,6	20.676
ESTABLECIMIENTOS TAPAS	22	889	262,1	4.073

Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Española de Franquiciadores (2018).



**PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN  
(% SOBRE VENTAS), 2017**


Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD - CREST (2018).


**PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN  
(% SOBRE VISITAS), 2017**


Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD - CREST (2018).

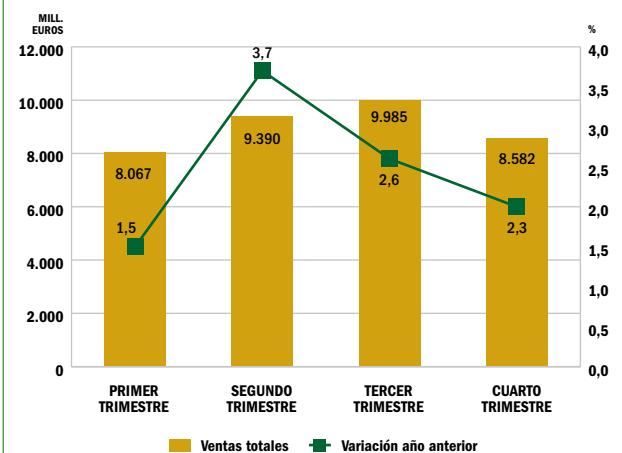


servicio de comida y bebida de acuerdo a las necesidades demandadas por los consumidores y, en consecuencia, han precisado la combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y modernas estrategias de gestión empresarial. En este contexto, la franquicia se ha desarrollado en la restauración de servicio rápido mediante la transmisión de conocimientos comunes y específicos a un conjunto de establecimientos con el objetivo de prestar el servicio de alimentación y bebida conforme a un *saber-hacer* predeterminado. Los datos para el año 2017 del *Informe Franquicia en España* (Asociación Española de Franquiciadores) indican que en la restauración operan 198 enseñas con 8.659 establecimientos que consiguen una facturación de 5.553,8 millones de euros y ofrecen empleo a casi 61.500 trabajadores.

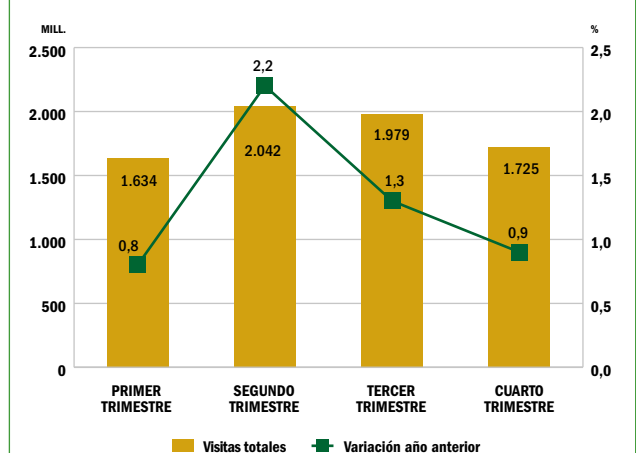
Los establecimientos de comida rápida suelen estar gestionados desde cadenas de restauración (muchas veces

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 3.320 millones de euros (crecimiento del 5,6% 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 1.765 millones de euros) junto pizzerías (620 millones de euros) y a las bocadillerías (570 millones de euros). El sector presenta un

**EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS VENTAS EN EL SECTOR RESTAURACIÓN, 2017**


Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD - CREST (2018).

**EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DE LAS VISITAS EN EL SECTOR RESTAURACIÓN, 2017**


Fuente: Elaboración propia con la información del Barómetro NPD - CREST (2018).

alto grado de concentración (las cinco primeras cadenas reúnen el 72% del mercado total y el 53% de los establecimientos).

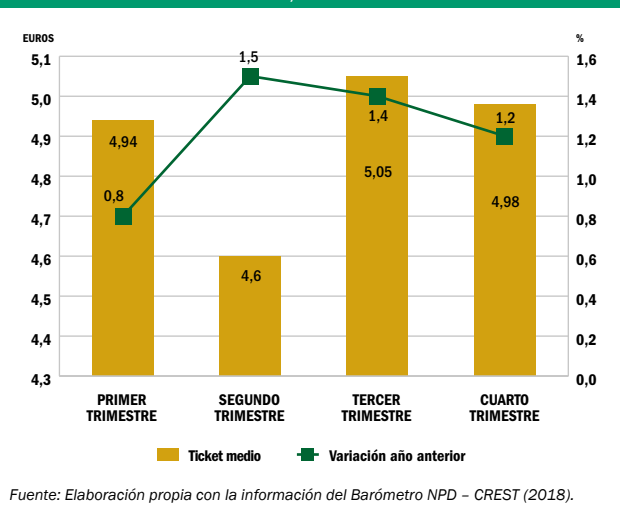
Por otra parte, en 2017, el sector de la restauración organizada se ha incrementado en 446 locales según el *Censo de Hostelmarket* (abrieron 1.056 locales y se registraron 610 cierres). Entre las aperturas, más del 68% se ha realizado a pie de calle, por encima del 25% en establecimientos de centros comerciales y en torno al 8% en otros emplazamientos como aeropuertos, estaciones o locales en concesión. Además, las aperturas bajo el patrón de la franquicia han disminuido casi 3 puntos hasta el 60%, en favor de la explotación directa (representa el 38%).

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

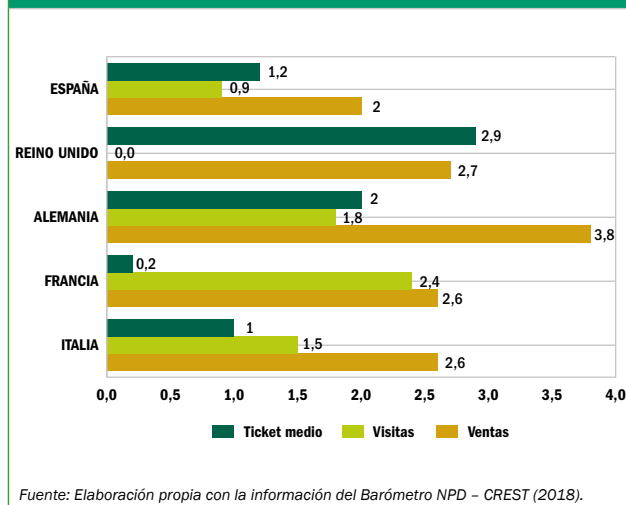
*En 2017, el sector de la restauración organizada se ha incrementado en 446 locales según el Censo de Hostelmarket (abrieron 1.056 locales y se registraron 610 cierres). Entre las aperturas, más del 68% se ha realizado a pie de calle, por encima del 25% en establecimientos de centros comerciales y en torno al 8% en otros emplazamientos*



### EVOLUCIÓN TRIMESTRAL TICKET MEDIO EN EL SECTOR RESTAURACIÓN, 2017



### EVOLUCIÓN DE LA RESTAURACIÓN EN PAÍSES EUROPEOS, 2017



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

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

### APERTURAS Y CIERRES POR SEGMENTO DE RESTAURACIÓN, 2017

	APERTURAS	CIERRES
<b>COMIDA RÁPIDA</b>	<b>358</b>	<b>136</b>
Hamburgueserías	98	22
Pizzerías	115	33
Bocadillería	43	42
Otras especialidades	52	4
<b>CAFETERÍA</b>	<b>248</b>	<b>143</b>
Bakery Coffee	114	38
Cafetería rápida	83	43
Otras cafeterías	51	62
<b>CERVECERÍA / TABERNA</b>	<b>109</b>	<b>166</b>
<b>TEMATICOS INTERNACIONALES</b>	<b>173</b>	<b>65</b>
Italianos	63	19
Norteamericanos	66	26
Asiáticos	35	9
Otros internacionales	9	11
<b>HELADERÍA</b>	<b>57</b>	<b>28</b>
Heladería	30	12
Yogurtería	27	16
<b>OTROS RESTAURACIÓN</b>	<b>111</b>	<b>72</b>
Establecimiento singular	53	21
Buffet	18	24
Temático español	13	12
Mixto Casual Dinning	24	15
Restauración Healthy/Bio	3	0

Fuente: Elaboración propia con información del Censo de Restauración Organizada de Hostelmarket (2018).

## CONSUMO ALIMENTARIO

La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 102.584,7 millones de euros en 2017. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 67.490,8 millones de euros –un 65,8%– mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 35.094 millones de euros –un 34,2%–.

Durante el año 2017 se produjo un ligero ascenso del gasto alimentario con respecto al año anterior, que ha sido más significativo en el consumo extradoméstico que en la alimentación del hogar.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 21,0% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 17,3%; los pescados un 13,3%; y, el gasto en pan alcanza el 5,3%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,6% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,1%), el aceite de oliva (2,0%) o los platos preparados (3,9%).



Durante 2017, en términos medios, cada individuo consumió 92,5 kilos de frutas frescas, 84,0 kilos de hortalizas y patatas frescas y 13,0 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 134,6 euros, 121,7 euros y 28,2 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

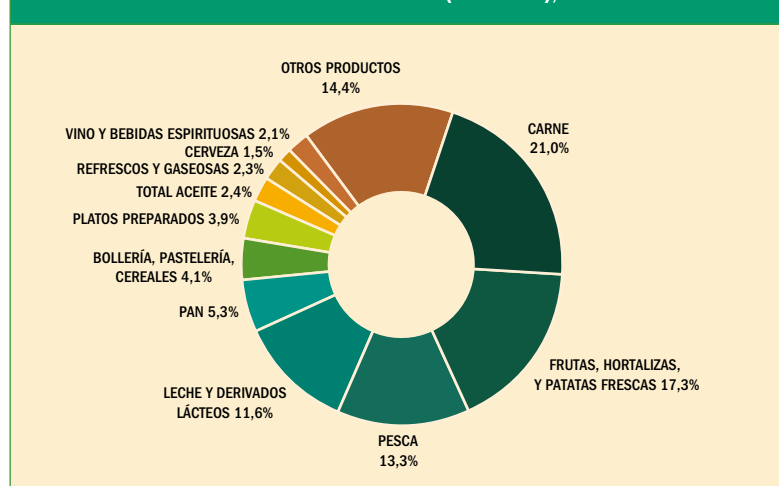
### Gasto y consumo per cápita en hogares

Durante el año 2017 el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en casi 1.480 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 123,3 euros.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 311,6 euros en los 47,6 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 196,7 euros y supone un consumo de 23,7 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español.

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2017



Fuente: MAPAMA (2018).



## DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TOTAL EN ALIMENTACIÓN, 2017

<b>GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 2017</b>	<b>GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR</b> 67.490,8 millones de euros Δ 2017-16: 0,6%	<b>COMERCIO ESPECIALIZADO</b> 112.699,1 millones de euros (18,8%) Δ 2017-16: -4,2%	
		<b>SUPERMERCADOS</b> 39.798,0 millones de euros (59,0%) Δ 2017-16: 4,6%	
		<b>HIPERMERCADOS</b> 9.063,7 millones de euros (13,4%) Δ 2017-16: -1,8%	
		<b>ECONOMATOS Y COOPERATIVAS</b> 186,8 millones de euros (0,3%) Δ 2017-16: -7,5%	
		<b>MERCADILLOS</b> 613,3 millones de euros (0,9%) Δ 2017-16: -0,2%	
		<b>VENTA A DOMICILIO</b> 405,5 millones de euros (0,6%) Δ 2017-16: -4,9%	
		<b>AUTOCONSUMO</b> 1.436,0 millones de euros (2,1%) Δ 2017-16: -3,0%	
		<b>OTROS CANALES DE VENTA</b> 3.288,4 millones de euros (4,9%) Δ 2017-16: -14,6%	
		<b>GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO</b> 36.025 millones de euros Δ 2017-16: 2,5%	<b>ESTABLECIMIENTOS DE AUTOSERVICIO, SERVICIO RÁPIDO O EN BARRA</b> 13.554 millones de euros (37,6%) Δ 2017-16: 3,9%
			<b>RESTAURANTES CON SERVICIO DE MESA</b> 16.269 millones de euros (45,2%) Δ 2017-16: 1,9%
	<b>MÁQUINAS, HOTELES, TRANSPORTE, OCIO NOCTURNO, CONVENIENCIA</b> 6.202 millones de euros (17,2%) Δ 2017-16: 1,3%		

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPAMA (2018) y Grupo NPD (2018).

69,9 litros de leche y un gasto de 48,4 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 122,6 euros y un consumo de 35,2 kilos.

En términos medios, durante 2017 cada español consumió 32,5 kilos de pan, 13,4 kilos de bollería y pastelería y 13,8 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 78,1 euros, 60,8 euros y 57,1 euros, respectivamente.



El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. En 2017 cada español consumió 7,5 litros de aceite de oliva y gastó 30,1 euros en este producto; el consumo per cápita de vino y derivados ascendió a 8,5 litros y supuso un gasto de 23,5 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 18,4 euros y se corresponde con los 134 huevos consumidos de media por persona.

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

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2017. Así pues, la media de 1.479,8 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en País Vasco (1.729,3), Cataluña (1.701,7),



Cantabria (1.615,5), Asturias (1.610,3) y Galicia (1.599,0) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.184,4), Andalucía (1.301), Castilla-La Mancha (1.307,6), La Rioja (1.345) y Canarias (1.382,7).

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 (56,5 kilos) y el menor en Extremadura (39,0 kilos).

## EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2017-2016

	CONSUMO	GASTO
<b>PRINCIPALES INCREMENTOS 2017-2016</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berberecho congelado (1.238,2%)</li> <li>Frutos secos (34,8%)</li> <li>Menestra (34,0%)</li> <li>Nueces con cáscara (26,5%)</li> <li>Especias y condimentos (26,2%)</li> <li>Platos preparados en conserva (23,9%)</li> <li>Coliflor (22,5%)</li> <li>Cola light (18,4%)</li> <li>Despojos de pollo (18,3%)</li> <li>Frutas IV Gama (17,2%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berberecho congelado (3.387,7%)</li> <li>Despojos de pollo (37,7%)</li> <li>Menestra (35,5%)</li> <li>Especias y condimentos (34,3%)</li> <li>Guisantes (32,4%)</li> <li>Cola light (21,5%)</li> <li>Coliflor (20,6%)</li> <li>Almejas congeladas (19,7%)</li> <li>Aceite de oliva virgen (19,2%)</li> <li>Yogur enriquecido (17,0%)</li> </ul> 
<b>PRINCIPALES DISMINUCIONES 2017-2016</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aceite de soja (-71,8%)</li> <li>Leche botella vidrio (-57,7%)</li> <li>Zumos enriquecidos (-56,6%)</li> <li>Aceite de semilla (-56,1%)</li> <li>Leche bolsa (-39,4%)</li> <li>Pan fresco sin sal (-33,1%)</li> <li>Pastas a granel (-28,4%)</li> <li>Caballa fresca (-27,5%)</li> <li>Lenguado congelado (-24,0%)</li> <li>Aceite de oliva (-23,5%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aceite de soja (-76,6%)</li> <li>Zumos enriquecidos (-59,3%)</li> <li>Leche botella vidrio (-54,7%)</li> <li>Leche bolsa (-41,4%)</li> <li>Pastas a granel (-37,8%)</li> <li>Aceite de semilla (-33,4%)</li> <li>Pan fresco sin sal (-32,9%)</li> <li>Caballa fresca (-26,4%)</li> <li>Vinos de aguja (-24,1%)</li> <li>Cola normal (-22,9%)</li> </ul> 

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).

## CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2017

	CONSUMO			GASTO		
	Millones kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	382,8	8,4	1,3	837,3	18,4	1,2
CARNE	2.170,7	47,6	7,5	14.209,3	311,6	21,1
CARNE FRESCA	1.593,3	34,9	5,5	9.471,2	207,7	14,0
CARNE CONGELADA	55,8	1,2	0,2	231,4	5,1	0,3
CARNE TRANSFORMADA	521,7	11,4	1,8	4.506,8	98,8	6,7
PESCA	1.082,4	23,7	3,7	8.971,3	196,7	13,3
PESCADOS	594,7	13,0	2,1	4.555,9	99,9	6,8
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	286,2	6,3	1,0	2.461,3	54,0	3,6
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	201,5	4,4	0,7	1.954,2	42,8	2,9
LECHE LIQUIDA	3.188,0	69,9	11,0	2.209,7	48,4	3,3
OTRAS LECHES	28,3	0,6	0,1	203,1	4,5	0,3
DERIVADOS LACTEOS	1.607,4	35,2	5,6	5.589,5	122,6	8,3
PAN	1.483,9	32,5	5,1	3.563,0	78,1	5,3
BOLLERIA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	613,3	13,4	2,1	2.775,0	60,8	4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	162,4	3,6	0,6	1.123,7	24,6	1,7
ARROZ	173,8	3,8	0,6	270,8	5,9	0,4
PASTAS	186,3	4,1	0,6	351,4	7,7	0,5
AZUCAR	158,0	3,5	0,6	141,5	3,1	0,2
LEGUMBRES	142,6	3,1	0,5	267,5	5,9	0,4
ACEITE	534,8	11,7	1,8	1.604,2	35,2	2,4
ACEITE DE OLIVA	341,8	7,5	1,2	1.373,3	30,1	2,0
ACEITE DE GIRASOL	170,5	3,7	0,6	184,2	4,0	0,3
MARGARINA	29,0	0,6	0,1	92,8	2,0	0,1
ACEITUNAS	115,2	2,5	0,4	334,6	7,3	0,5
VINOS Y DERIVADOS	388,6	8,5	1,3	1.073,3	23,5	1,6
ESPUMOSOS	26,3	0,6	0,1	134,5	2,9	0,2
CERVEZAS	843,9	18,5	2,9	1.027,9	22,5	1,5
SIDRA	13,0	0,3	0,0	26,4	0,6	0,0
WHISKY	7,0	0,2	0,0	91,6	2,0	0,1
GINEBRA	5,1	0,1	0,0	67,8	1,5	0,1
RON	3,6	0,1	0,0	43,3	0,9	0,1
ZUMO Y NECTAR	419,7	9,2	1,5	434,4	9,5	0,6
PATATAS	1.303,6	28,6	4,5	1.065,4	23,4	1,6
HORTALIZAS FRESCAS	2.528,0	55,4	8,7	4.483,3	98,3	6,6
FRUTAS FRESCAS	4.216,7	92,5	14,6	6.140,6	134,6	9,1
FRUTOS SECOS	136,3	3,0	0,5	1.005,5	22,0	1,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	592,0	13,0	2,1	1.285,4	28,2	1,9
PLATOS PREPARADOS	630,2	13,8	2,2	2.603,3	57,1	3,9
CAFES E INFUSIONES	77,5	1,7	0,3	1.138,4	25,0	1,7
SALSAS	118,7	2,6	0,4	432,4	9,5	0,6
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	2.799,1	61,4	9,7	581,7	12,8	0,9
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.894,1	41,5	6,6	1.526,3	33,5	2,3
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>28.885,9</b>	<b>633,4</b>	<b>100,0</b>	<b>67.490,8</b>	<b>1.479,8</b>	<b>100,0</b>

Fuente: MAPAMA (2017).

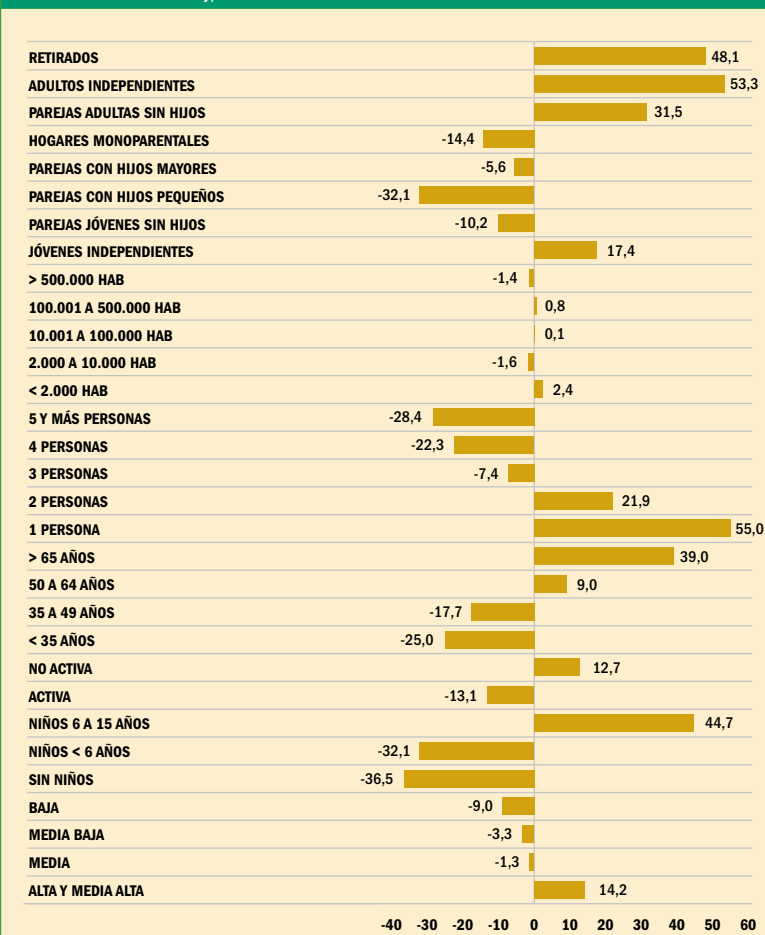
- Para el pescado, en Galicia y Cantabria se consumen 30,9 kilos mientras que en Canarias se llega a 17,4 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Galicia (9,7 litros) y Castilla-La Mancha (5,2 litros).
- Aragón es la comunidad que más hortalizas frescas consume (72,2 kilos) mientras que Castilla-La Mancha tiene los registros más reducidos (44,8 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Navarra (111,9 kilos) mientras que el menor está en La Rioja (77,9 kilos).
- Castilla-La Mancha es la comunidad que menos vino con denominación de origen consume (1,8 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (8,3 litros).

#### Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (47,3% de cuota de mercado en 2017 considerando, además, un 15,8% adicional de los establecimien-

*Castilla-La Mancha es la comunidad que menos vino con denominación de origen consume (1,8 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (8,3 litros)*

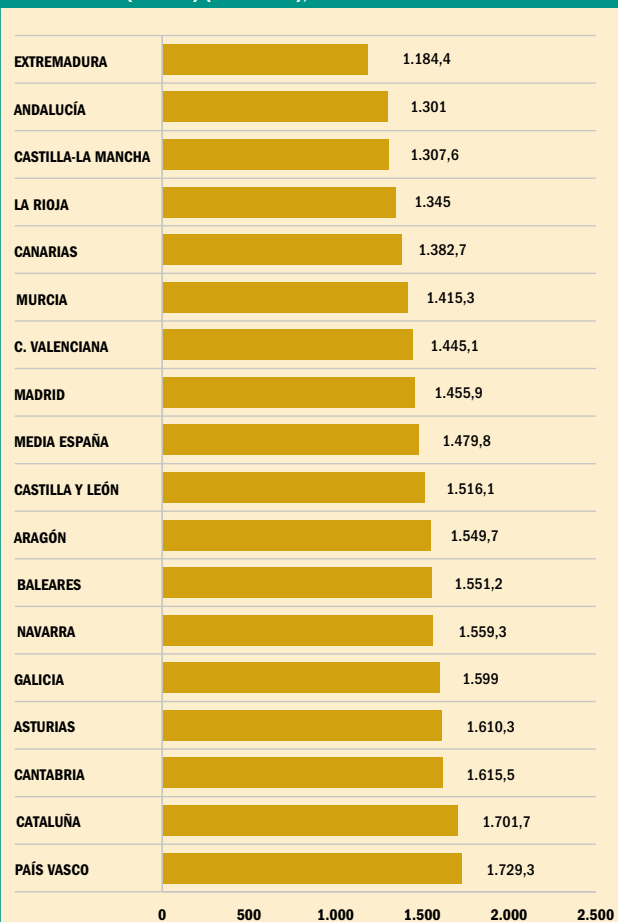
#### CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2017



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).





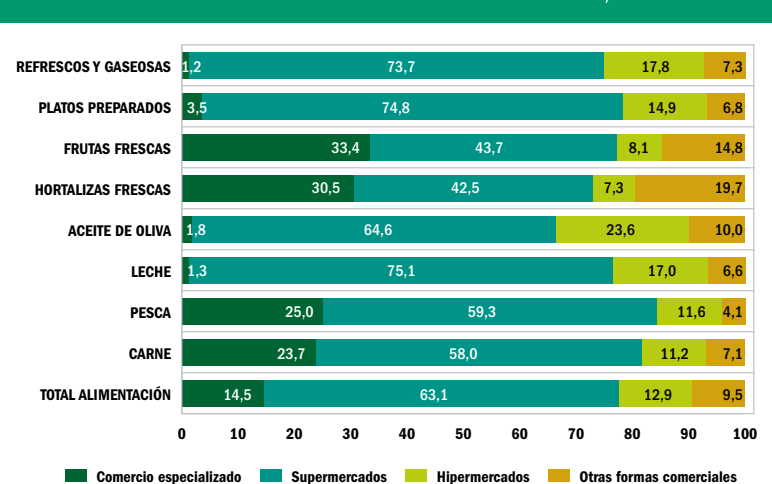
**GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2017**


Fuente: MAPAMA (2018).

tos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (14,5% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota cercana al 13% y se estima que el comercio electrónico representa un 1,2% en el total de la alimentación.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 23,7% en la comercialización de carne, del 25,0% en pescado o del 33,4% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de libreservicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 75,1% de las ventas de leche o el 64,6% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 32,2% de la alimentación fresca y el 2,8% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 35,3% de la alimentación fresca y el 55,3% de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 10,6% y 19,3%, respectivamente).

A la hora de elegir el establecimiento de compra, se prioriza proximidad o cercanía (63,3%) por encima de nivel de precios (50,1%) y de calidad (44,6%) aunque éstos últimos


**CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2017**


Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).

factores también tienen un peso relevante en la elección final. Para seleccionar los productos que se incluyen en la cesta de la compra, sigue existiendo fidelidad a las marcas (un 59,8% de los entrevistados en el *Observatorio de Consumo y Distribución*, manifiesta comprar siempre las mismas); no obstante, se ha producido un descenso notable en esta vertiente puesto que hace dos ejercicios ese porcentaje era del 71,5%. Cuando no encuentran la marca de fabricante de un producto, el 31,0% la busca en otro establecimiento, el 40,9% compra otra marca de fabricante, el 20,3% compra la marca de distribuidor y un 7,9% no compra el producto (vuelve a producirse una variación significativa con respecto al año 2015 puesto que estos porcentajes eran del 43,9%, 33,7%, 19,2% y 3,2%, respectivamente). Además, el precio pierde importancia y, en este sentido, se adquieren menos productos baratos de marca no conocida (el porcentaje de consumidores que dentro de unas determinadas marcas buscan la más barata es el 27,1% mientras que el año anterior llegaba al 32,7%).

Las marcas del distribuidor mantienen su importancia en la cesta de la compra (un 92,6% de los consumidores las adquiere en algún producto y sólo un 7,3% manifiesta no adquirir nunca productos de marca de distribuidor). En este caso, los



#### CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2017

	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO (litros)
CATALUÑA	50,2	24,4	8,2	65,3	98,6	5,5
ARAGÓN	53,6	23,7	6,5	72,2	95,9	3,4
BALEARES	46,1	19,4	8,5	58,6	90,4	8,3
C. VALENCIANA	49,3	22,5	5,4	59,9	84,7	3,9
REGIÓN DE MURCIA	43,7	20,8	5,4	57,2	88,0	3,0
ANDALUCÍA	43,0	21,3	7,4	49,7	79,4	3,3
COMUNIDAD DE MADRID	46,3	23,5	7,4	53,5	94,2	3,4
CASTILLA-LA MANCHA	49,8	23,0	5,2	44,8	84,2	1,8
EXTREMADURA	39,0	19,3	6,0	51,9	85,7	2,0
CASTILLA Y LEÓN	56,5	27,6	9,2	48,0	107,3	2,3
GALICIA	51,2	30,9	9,7	53,8	106,9	3,8
ASTURIAS	47,6	29,3	9,0	46,0	106,8	5,5
CANTABRIA	48,3	30,9	9,5	54,0	100,5	6,0
PAÍS VASCO	50,2	30,2	9,3	58,3	108,9	6,6
LA RIOJA	44,9	21,7	8,5	48,9	77,9	2,3
NAVARRA	47,7	24,4	6,3	67,7	111,9	3,7
CANARIAS	42,4	17,4	7,5	51,9	87,1	4,9
<b>MEDIA ESPAÑA</b>	<b>47,6</b>	<b>23,7</b>	<b>7,5</b>	<b>55,4</b>	<b>92,5</b>	<b>4,0</b>

Fuente: MAPAMA (2018).



Integra2



El transporte de alimentación en las mejores condiciones

**FRIO PAQ**  
**i2GOURMET**

**Servicios especializados en alimentación**

**RED PROPIA DE DISTRIBUCIÓN**

En España, Portugal y Andorra

**TRANSPORTE A EUROPA DE PALETS**

A temperatura controlada

**E-COMMERCE**

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

**ALMACENES CON REGISTRO SANITARIO**

Trazabilidad - Control de la temperatura

**DISTRIBUCIÓN CAPILAR ECO**

Sostenible medioambientalmente

↑  
EN ESTA POSICIÓN  
ALIMENTOS



Sostenible  
**Integra2**

**Logista**

integra2@integra2.es • www.integra2.es



## CUANTIFICACIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN LOS HOGARES

En el marco de la estrategia *Más alimento, menos desperdicio*, el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente puso en marcha en 2014 un panel para cuantificar los alimentos sin procesar que se desechan en los hogares españoles, por deterioro o caducidad, y los alimentos cocinados que se desperdician por sobrar o por deterioro.

La información recogida en este cuadro se corresponde con el último año completo (2017).

Durante este ejercicio, los hogares españoles tiraron a la basura 1.229 millones de kg/l de alimentos, lo que supone una reducción del desperdicio alimentario del 5,7% respecto a los datos anteriores (se tiraron a la basura 74,5 millones de kg/l menos).

La mayor parte del desperdicio (87,5% del volumen total) proviene de alimentos sin ningún tipo de transformación, descartados por deterioro o caducidad sin haberse utilizado. El resto de desperdicio tiene su origen en alimentos cocinados.

La tasa total de desperdicio (ratio entre el total de alimentos desechados y el total de alimentos comprados) se sitúa en un 4,3% (ligero descenso respecto a 2016 que era de 4,5%).

Atendiendo al volumen de desperdicio per cápita, en 2017 se sitúa en 26 kilos por persona y año y, por tanto, supone casi 2 kilos menos que en el año 2016.

El 82,7% de los hogares españoles desperdició en algún momento alimentos sin utilizar mientras que el 26,8% de los hogares desechó platos ya cocinados.

En el análisis sociodemográfico, se observa que las familias con responsables más jóvenes desperdician mayores cantidades (por ejemplo, los hogares con menores de 35 años son los más propensos al desperdicio de platos cocinados). Por otra parte, las familias con rentas altas y medias son las que más desperdician alimentos sin utilizar y platos cocinados (un 59% de los hogares que desperdician se corresponden con esos umbrales de renta mientras que sólo el 15% de los hogares con rentas bajas tiran alimentos). En cuanto al ciclo de vida, los hogares formados por personas retiradas son los que menos desperdician. Y, finalmente, atendiendo a la distribución territorial, se observa que la proporción de hogares que desperdician alimentos es muy similar entre las diversas regiones (en todo caso, se apunta que en Andalucía y Madrid aparece una mayor proporción de hogares que desperdician).

Con la excepción de productos cárnicos y pescados, que ascienden ligeramente, los hogares reducen la cantidad que tiran a la basura de todos los productos.

La fruta es la categoría que genera más volumen desechado (en 2017, 351,2 millones de kilos que suponen el 32,7% del volumen desperdiciado). El siguiente grupo en volumen de desperdicio son las verduras y hortalizas con 151,6 millones de kilos. Y, el tercer grupo, fueron los lácteos con 140,7 millones de kilos.

Se ha reducido la cantidad desperdiciada de forma considerable en las bebidas (-12,9 millones de litros) y en las sopas, cremas y caldos (-7,4 millones de litros). Por el contrario, el pan fresco ha aumentado tanto su volumen de desperdicio (6% del total) como su tasa de desperdicio (5,4% de lo comprado).

*El desperdicio procedente de platos cocinados en el hogar llega a 153,9 millones de kilos (un 20% menos que en 2016). En general, se reduce la cantidad de alimento tirado a la basura de la mayoría de platos, siendo las categorías de platos de carnes (-8,9 millones de kilos), platos de verduras (-6,0 millones de kilos) y los platos de pasta (-5,7 millones de kilos) los que más reducen su nivel de desperdicio. Únicamente aumenta la cantidad tirada a la basura de pizzas.*

*En definitiva, parece que los datos del panel indican que la evolución del desperdicio de alimentos de los hogares españoles es positiva, reduciéndose tanto el volumen de alimentos sin utilizar como los cocinados (la minoración del desperdicio de recetas apunta hacia una mejor gestión y aprovechamiento de las raciones.*

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).

resultados son vuelven a marcar una disminución del porcentaje de consumidores que declaran no comprar productos con marca del distribuidor (pasa de 10,9% a 7,3%).

En cuanto a internet como canal de compra de productos de alimentación, es utilizado en alguna ocasión por un 9,8% de los consumidores (este porcentaje se eleva entre los jóvenes de 25 a 39 años al 15% y disminuye para los mayores

de 55 años al 2,1%); en 2016, la participación se cifraba en 9,0% y, por tanto, se ofrece un cierto avance en esta faceta. Por otra parte, durante el último ejercicio, un 41,9% de los consumidores manifiesta que ha modificado su forma de comprar o preparar los alimentos para aprovechar mejor los productos y contribuir al ahorro familiar (en el año anterior este porcentaje se situó en un 49,6%).



**CONSUMO ALIMENTARIO EXTRADOMÉSTICO**

	ALIMENTOS	BEBIDAS FRÍAS	BEBIDAS CALIENTES
CONSUMICIONES (Millones)	4.735,7	4.419,3	2.140,5
VOLUMEN (Millones kilos/litros)	1.566,4	2.009,9	320,3
CONSUMO PER CÁPITA (Kilos/litros)	46,6	59,1	8,9
GASTO PER CÁPITA (Euros)	979,9	260,3	71,6

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).

**CONSUMO ALIMENTARIO EXTRADOMÉSTICO**

	CONSUMO PER CÁPITA (kilos/litros)	CONSUMICIONES (Millones)
CARNE	5,6	958,3
PESCADOS Y MARISCOS	4,0	580,4
DERIVADOS LÁCTEOS	2,8	758,4
FRUTA	0,6	116,6
VERDURAS Y HORTALIZAS	14,3	1.370,0
ACEITE	0,6	258,2
PAN	6,0	2.109,3
BOLLERÍA	1,6	575,1
GALLETAS	0,5	220,8
BATIDOS	0,3	46,7
HELADOS	0,8	222,7
APERITIVOS	1,9	942,9
VINOS Y ESPUMOSOS	3,6	271,8
AGUA	18,9	663,9
REFRESCOS	10,0	926,3
CERVEZAS	23,0	2.025,8
ZUMOS	1,1	112,8
BEBIDAS DE ZUMO Y LECHE	0,2	18,9
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	1,4	323,0
CAFÉ	2,7	1.944,9
LECHE	5,7	1.603,9
INFUSIONES	0,4	113,7

Fuente: Elaboración propia con información del Censo de Restauración Organizada de Hostelmarket (2018).

**Gasto y consumo alimentario fuera del hogar**

En el último ejercicio, la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas ha contado con una evolución positiva. Los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación fijan el gasto en alimentos y bebidas fuera del hogar en 35.094 millones de euros (cifra ligeramente inferior a otras fuentes estadísticas que, como por ejemplo NPD Group, llegan a contabilizar un gasto por encima de 36.000 millones de euros). El Panel de consumo extradoméstico elaborado por el Ministerio, contabiliza un total de 11.296 millones de consumiciones de alimentos y bebidas fuera del hogar. Además, sobre el total del valor extradoméstico consumido, un 68,2% son alimentos; un 24,5% bebidas frías (principalmente, cerveza, vino, espumosos, refrescos, agua, zumos y espirituosas); y, un 7,3% bebidas calientes (café, infusiones y leche, básicamente). En términos per cápita, se consumen 46,6 kilos y se dedican 979,9 euros a alimentos; 59,1 litros y 260,3 euros a bebidas frías; y, 8,9 litros y 71,6 euros a bebidas calientes.

Atendiendo al desglose de las consumiciones, el pan es el alimento con más penetración en la demanda extradoméstica. También resulta relevante la presencia de la cerveza, el café, la leche y las frutas y hortalizas.

La estructura de la demanda fuera del hogar difiere del consumo doméstico. De forma más destacada, productos como hortalizas, pan, carnes, mariscos, aperitivos y bollería tienen un mayor peso relativo mientras que, por el contrario, frutas o aceite tienen una mayor significatividad dentro del hogar. Por otra parte, la participación doméstica sobre el consumo total de alimentos y bebidas consigue una mayor significatividad si bien destaca la proporción en el sector extradoméstico de bollería (20,1%), helados (16,9%), pescados y mariscos (13,2%), pan (12,0%), hortalizas y verduras (11,0%) y carne (10,3%).

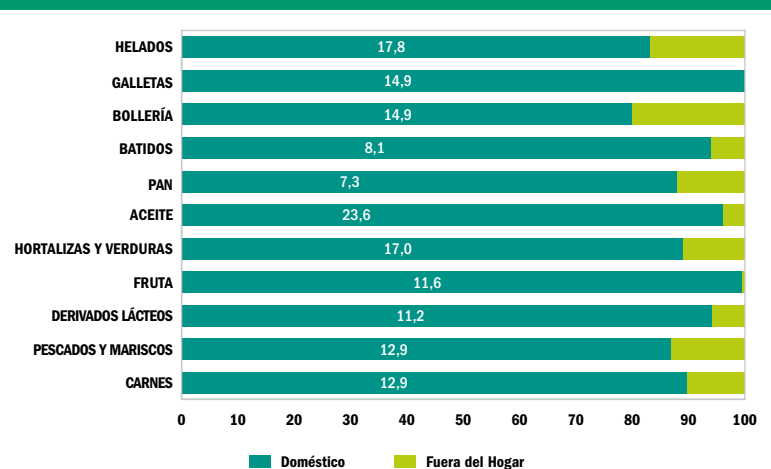
La mayor parte de los alimentos que se toman fuera del hogar se consumen en la comida (45,1%); las bebidas frías cuentan con una ma-

yor penetración en la merienda (31,5%); y, las bebidas calientes se demandan principalmente en el desayuno (58,1% sobre el total).

En cuanto al lugar de consumo, el colectivo de bares, cafeterías y cervecerías es el más significativo tanto para las bebidas frías (52,1%) como para las bebidas calientes (68,9%). Los alimentos se consumen mayoritariamente en restaurantes y locales de comida rápida (46,6%).

Finalmente, en cuanto a la compañía elegida para el consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar, destaca la familia para el caso de los alimentos (37,4%) y los amigos para tomar bebidas frías (31,0%). En las bebidas calientes es más frecuente demandarlas no acompañadas (26,3%). ●

**PARTICIPACIÓN EN LA ESTRUCTURA DE CONSUMO ALIMENTARIO (%)**



Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).

**REPARTO DE LA DEMANDA EXTRADOMÉSTICA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR MOMENTOS DE CONSUMO**

	ALIMENTOS	BEBIDAS FRIAS	BEBIDAS CALIENTES
DESAYUNO	16,2	4,4	58,1
APERITIVO ANTES COMIDA	7,0	23,8	12,2
COMIDA	45,1	18,7	6,2
MERIENDA TARDE	4,6	31,5	20,5
APERITIVO ANTES CENA	3,5	11,8	0,0
CENA	23,3	6,8	0,6
DESPUÉS CENA	0,3	3,0	2,4
OTROS MOMENTOS	1,9	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia con información del Censo de Restauración Organizada de Hostelmarket (2018).

**REPARTO DE LA DEMANDA EXTRADOMÉSTICA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMPAÑÍA**

	ALIMENTOS	BEBIDAS FRIAS	BEBIDAS CALIENTES
FAMILIA	37,4	22,1	14,4
AMIGOS	20,6	31,0	21,8
PAREJA	19,4	8,5	7,7
SOLO	13,4	7,6	26,3
COMPAÑEROS TRABAJO	7,4	5,3	25,8
CLIENTES	0,8	0,0	0,0
COMPAÑEROS DE CLASE	0,6	0,0	0,0
OTROS	0,4	25,5	4,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del MAPAMA (2018).

**REPARTO DE LA DEMANDA EXTRADOMÉSTICA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR LUGAR DE CONSUMO**

	ALIMENTOS	BEBIDAS FRIAS	BEBIDAS CALIENTES
CANAL DINÁMICO	4,2	16,5	0,5
RESTAURANTES Y LOCALES DE COMIDA RÁPIDA	46,6	13,3	4,0
BAR, CAFETERÍA Y CERVECERÍAS	33,9	52,1	68,9
CANAL IMPULSO	9,9	12,1	20,2
OTROS CANALES	5,4	6,0	6,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia con información del Censo de Restauración Organizada de Hostelmarket (2018).





# INFORMACIÓN POR SECTORES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2018





## CEREALES

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

Los cereales son gramíneas, plantas herbáceas cuyos granos o semillas han estado siempre en la base de la alimentación humana. El término “cereal” procede de la diosa romana Ceres, identificada con la fecundidad y las cosechas.

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

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

El principal destino de los cereales es la alimentación humana, pero también se produce mucho grano cerealista para alimentar a los animales y abastecer a la industria química. Del cereal se obtienen harinas panificables, sémolas, maltas, granos para cocer o para inflar, así como también cerveza y los llamados “derivados” del cereal. ●



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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	729,8	734,1	750,5	758
EE.UU.	55,13	55,8	62,9	47,4
UE-28	157,6	160,8	152,1	144,6
<b>ESPAÑA</b>	<b>6,5</b>	<b>6,3</b>	<b>7,9</b>	<b>5</b>

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

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

Sus cualidades nutricionales se deben a que contienen minerales como el calcio, fósforo, el hierro y, en menor cantidad potasio. Contienen todas las vitaminas del grupo B, carecen de vitamina A (excepto el maíz que contiene carotenos), la vitamina E está en el germen, pero se pierde con el molido del grano y la vitamina B1, es abundante y se conserva en el salvado.

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

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

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

### PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

En los últimos años, la importancia económica de este subsector dentro de la agricultura ha ido descendiendo, según los datos del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimenta-



ción (MAPA). En 2017, la cosecha fue desastrosa por la sequía y eso se tradujo en una caída del valor que el subsector del cereal aporta a la renta agraria nacional.

En concreto, a efectos de calcular la renta agraria, el MAPA estimó que en 2017 la producción de cereal disminuyó un 28,2%, mientras que los precios subieron en general un 8,5%. Por todo ello, el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se redujo un 22%, hasta situarse en 2.983,6 millones de euros en términos corrientes.

En España, los cereales (arroz incluido) supusieron en 2017 el 6,1% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria a precios básicos, un porcentaje notablemente inferior al del año precedente. Respecto a la Producción Vegetal exclusivamente, los cereales supusieron el 10,4%, también inferior al porcentaje de 2016, cuando superó el 13%.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) se elevó en 2017 a algo más de 16,8 millones de toneladas, un 30% menos que en el año precedente. Este descenso importante de la producción de cereal estuvo motivada principalmente por la negativa evolución que tuvieron las cosechas de cebada y trigo, así como también la de centeno. ○

### PRODUCCIÓN COMUNITARIA

En 2017, el valor generado por estas producciones en la Unión Europea ascendió a 42.233 millones de euros, por encima de los 40.199 millones que generó en 2016. Respecto a la Producción Agraria final, el sector del cereal comunitario supuso el 11,7%, 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 2016, el valor generado por estas producciones aumentó notablemente, excepto el caso del maíz y el arroz.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en 2017 se situó en 309 millones de toneladas, un 3% más que en la campaña anterior.

La superficie cultivada esa campaña ascendió a 55,5 millones de hectáreas (algo menos que en 2016) 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 141,6 millones de toneladas (7,6 millones más que en 2016), seguida de la de maíz con 65,2 millones de toneladas (superior a la del año precedente) y la de cebada con 58,7 millones de toneladas, algo menos que en la campaña anterior.

En términos de superficie, el trigo es con mucha diferencia el cereal más popular que se produce en la UE, pues representa casi el 50% del total cultivado. De la mitad restante, alrededor de un tercio es cebada y otro tercio es maíz. En 2017, la superficie sembrada fue 55,6 millones de hectáreas en total (sin incluir el arroz), casi un millón de hectáreas menos que en 2016. 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% de la producción se utiliza en la elaboración de los llamados biocombustibles.

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

### CEREALES EN EL MUNDO

La FAO -organismo de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación- publicó que la producción mundial de cereal en 2017 (incluido el arroz en grano) ascendió a 2.611 millones de toneladas, un 1% por encima de la producción del año 2016. De esa producción mundial, 758 millones de toneladas a la de trigo y el resto a otros cereales. ○

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREALES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017
TRIGO	6.473	6.332	7.873	4.989
CEBADA	6.983	6.705	9.176	5.940
MAÍZ	4.812	4.567	4.069	3.784
ARROZ (CÁSCARA)	861	847	835	805
AVENA	649	781	1.110	872
CENTENO	234	281	377	132
OTROS CEREALES	496	500	551	349
<b>TOTAL</b>	<b>20.507</b>	<b>20.013</b>	<b>23.989</b>	<b>16.871</b>

FUENTES: MAPA.

## CEBADA

La cebada es el cereal más importante de España, tanto por la superficie cultivada como por la producción de grano. En 2017 la producción total de cebada se situó en 5,9 millones de toneladas, un volumen inferior en un 35% al del año anterior. Según la duración de su ciclo biológico, en España existen dos tipos de cebadas: las ordinarias, que se siembran en otoño y se recolectan a principios de verano, y las tremesinas, que se siembran a finales del invierno o principios de primavera y se recogen a finales de primavera o principios del verano.

Hace años, de la producción total de cebada correspondía a 2 carreras (cebadas cerveceras) el 75% y el resto a cebada de 6 carreras o caballar. Sin embargo, en los últimos años el porcentaje de cebada cervecera se ha ido incrementando y en 2017 representaba ya el 90% de toda la cosecha.

Al contrario de lo que sucedió en España, la producción de cebada en la Unión Europea (UE) aumentó en 2017 hasta rondar los 63 millones de toneladas, algo más de tres millones por encima de la cosecha del año anterior.

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 2017, el país con mayor producción dentro de la UE fue Francia con 12 millones de tonela-

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	141,9	149,7	146,5	143
EE.UU	3,9	4,7	4,3	3
UE-28	60,7	61,9	59,9	58,7
<b>ESPAÑA</b>	<b>6,9</b>	<b>6,7</b>	<b>9,2</b>	<b>6</b>

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

das, seguida muy de cerca por Alemania con 10,8 millones de toneladas. Después se situó España y muy cerca el Reino Unido con una producción también superior a los 7 millones de toneladas.

El valor generado por la cebada a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2017 a 7.774 millones de euros, lo que representó el 2,1% de la Producción Agraria final y el 3,9% de la Producción Vegetal (en ambos casos, porcentajes muy inferiores a los del año 2016).

Por su lado, la producción mundial se redujo ligeramente en 2017 y se situó en cerca de 143 millones de toneladas, mientras que en la cosecha de Estados Unidos fue también muy inferior a la del año precedente, pues sólo se cosecharon 3 millones de toneladas, frente a los 4,3 millones de un año antes. ●

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

CC.AA	CEBADA 6 CARRERAS		CEBADA 2 CARRERAS		CEBADA TOTAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
ANDALUCÍA	56,0	108	108	143	163,7	251
ARAGÓN	37,3	23,8	1.588	1.285	1.625,7	1.308,5
BALEARES	21,5	21	14	14	35,9	35,0
CANARIAS	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
CANTABRIA	0,2	0,2	0	0	0,2	0,2
CASTILLA-LA MANCHA	480,5	313,0	2.078	1.734	2.558	2.047
CASTILLA Y LEÓN	241,0	77,0	3.051	896	3.291,9	973
CATALUÑA	27,8	10,0	664	579	691,7	588,5
COMUNIDAD VALENCIANA	2,7	5,8	13,1	24	15,9	30
EXTREMADURA	0	0	107,0	120	107	120,2
GALICIA	0	0	0,8	1	1,1	1,0
LA RIOJA	0	0	89,0	60	89,2	60,0
MADRID	1,4	1,1	85,0	85	86,4	86,1
MURCIA	9,3	8,2	14,3	14	23,7	22,0
NAVARRA	0	0	401,0	353	400,6	353,0
PAÍS VASCO	0	0	84,7	64	84,7	63,6
<b>ESPAÑA</b>	<b>878,0</b>	<b>569,0</b>	<b>8.298,0</b>	<b>5371</b>	<b>9.176,0</b>	<b>5.940,0</b>

FUENTES: MAPA.

## TRIGO

Al contrario que en el año 2016, la cosecha nacional de trigo en 2017 fue muy mala. La producción total se situó en torno a los 5 millones de toneladas (un 37% menos que en 2016), de las que 3,8 millones correspondieron a la cosecha de trigo blando y el resto a la de duro, que fue mejor que la del año precedente a pesar de la sequía.

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

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

Tanto las exportaciones de trigos duros como de sémolas (que tienen mayor valor añadido) se dirigen a otros países comunitarios (Francia e Italia) y a terceros países del norte de África. Por otro lado, en España se utilizan también algo más de 3 millones de toneladas al año de trigo blando en la industria harinera y, teóricamente, la cosecha nacional debería servir para abastecer esa demanda, pues además el culti-

vo de trigo se está potenciando en muchas de las regiones productoras.

Respecto al comercio exterior, en 2017 se importaron 6,1 millones de toneladas, un 12% menos que en el año anterior. Asimismo, se exportaron 462.700 toneladas, un 60% más.

En cuanto a la Unión Europea, el valor generado por el trigo y la espelta a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2017 a 21.187 millones de euros, lo que representó el 5,9% de la Producción Agraria final y el 10,7% de la Producción Vegetal. La producción de trigo total (duro y blando) en 2017 fue de 144,6 millones de toneladas, una producción inferior en un 5% a la del año precedente. La producción de trigo en la UE lleva varios años descendiendo, después de un inicio de década muy bueno. De la producción de trigo, que supone casi el 50% de la cosecha comunitaria de cereales, la mayor parte es de trigo blando (141,6 millones de toneladas en 2017). Como en el caso de la cebada, el primer país europeo productor de trigo es Francia, con 36,5 millones de toneladas en 2017, seguido de Alemania (24,3 millones de toneladas).

Sin embargo, en trigo duro -que es el cereal que se utiliza para elaborar la famosa pasta- destaca Italia, con 4,2 millones de toneladas en 2017, muy por debajo de la producción del año precedente y un volumen que supuso casi la mitad de la cosecha comunitaria.

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

CC.AA	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
ANDALUCÍA	171,3	286	616	843	787,4	1.128,80
ARAGÓN	555,3	395	356	246	911,4	641,4
ASTURIAS	0,1	0,1	0	0	0,07	0,05
BALEARES	8,2	8,2	0	0	8,2	8,2
CANARIAS	0,3	0,3	0	0	0,3	0,3
CANTABRIA	2	0,6	0	0	1,8	0,6
CASTILLA-LA MANCHA	747	545	34,4	24,7	781	569,7
CASTILLA Y LEÓN	3.960	1.486	20,5	19	3.981	1.505
CATALUÑA	372	283	1,2	0,9	372,8	283,7
COMUNIDAD VALENCIANA	6	9	0,3	0,6	6,3	9,5
EXTREMADURA	138	133	22,5	20	160	152,6
GALICIA	35	24	0,05	0,05	35	23,7
LA RIOJA	165	95	0,2	0,1	165,7	95,1
MADRID	64	64	1,4	1,4	65,6	65,6
MURCIA	9	8,6	0,7	0,1	9,8	8,8
NAVARRA	421	347	4	4,3	425,6	351,8
PAÍS VASCO	161	144	0	0	161,3	143,7
<b>ESPAÑA</b>	<b>6.815,2</b>	<b>3.828,8</b>	<b>1.058</b>	<b>1.160</b>	<b>7.873</b>	<b>4.988,7</b>

FUENTES: MAPA.

A nivel mundial, la producción de trigo de 2017 fue buena (se cosechó un 1% más que en 2016), pues se superaron con creces las 758.000 toneladas. ●

## 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 2017, la producción mundial de maíz ascendió a 1.037 millones de toneladas, un volumen inferior en un 4% al producido en el año precedente, que fue muy bueno en cuanto a cosecha se refiere. Estados Unidos es el principal productor

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

CC.AA	2016	2017
ANDALUCÍA	261	207
ARAGÓN	1.069,6	1.081
ASTURIAS	1	1
BALEARES	1,5	0,7
CANARIAS	1,9	1,8
CANTABRIA	1	0
CASTILLA-LA MANCHA	278	262
CASTILLA Y LEÓN	1.078	932
CATALUÑA	400,6	358,6
COMUNIDAD VALENCIANA	5,4	3,7
EXTREMADURA	593	598
GALICIA	142,3	113
LA RIOJA	4,6	4,6
MADRID	72	72
MURCIA	1,2	1
NAVARRA	157,6	147
PAÍS VASCO	0,4	0,5
<b>ESPAÑA</b>	<b>4.069,5</b>	<b>3.784</b>

FUENTES: MAPA.

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	999	966,4	1.078	1.036,7
EE.UU	356	345,5	384,8	371
UE-28	77,9	59,2	63	65,2
<b>ESPAÑA</b>	<b>4,8</b>	<b>4,6</b>	<b>4</b>	<b>3,8</b>

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

*Aproximadamente el 15% del maíz disponible en España se destina a la industria de transformación y el 3% a la alimentación humana directa*

del mundo, con 371 millones de toneladas en 2017 (un 4% menos que en 2016).

Por su parte, en la Unión Europea se consiguió incrementar su producción de maíz en 2017, aunque no se llegó a alcanzar el nivel de 2014. El valor generado por el maíz a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió a 8.966 millones de euros, lo que representó el 2,4% de la Producción Agraria final y el 4,5% de la Producción Vegetal.

En el conjunto de los 28 Estados Miembros de la UE se recogieron 65,2 millones de toneladas, un 3% más que en 2016, pero muy lejos de los 80 millones de toneladas que se producían al inicio de la década de 2010.

A nivel europeo, el principal país productor de maíz en 2017 siguió siendo Francia, que además incrementó su producción hasta los 12 millones de toneladas, seguida de Rumania (10,2 millones de toneladas) y Hungría (6,8 millones de toneladas). La producción española en 2017 se redujo un 7% hasta alcanzar los 3,8 millones de toneladas. En 2016 y 2015 también se produjo un descenso importante de la cosecha, por lo que el sector lleva casi un lustro arrastrando caídas.

Por otro lado, los precios medios percibidos por los agricultores se situaron en 17,8 €/100 kg., por encima del precio medio del año 2016.

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.

Con el fin de abastecer las necesidades del mercado, España importó 7,4 millones de toneladas, un volumen superior en un 23% al del año anterior, y también se exportó una pequeña cantidad de maíz de gran calidad (216.500 toneladas).

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



## ARROZ

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

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



Se denomina arroz cáscara (arroz paddy en inglés) al cereal más recolectado.

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

A nivel mundial, la producción de arroz registró en la campaña de 2017 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 488 millones de toneladas, el mayor volumen de los últimos cinco años. China, con cerca de 146 millones de toneladas de arroz grano en 2017, un 1% más que en 2016, 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 2017 en algo más de 5,7 millones de toneladas, un 20% menos que en 2016. ●

### ARROZ EN LA UE Y EN ESPAÑA

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

El valor generado por la producción de arroz a efectos de calcular la renta agraria europea ascendió en 2017 a 610 millones de euros, lo que representó el 0,1% de la Producción Agraria final y el 0,3% de la Producción Vegetal.

La producción de 2017 se situó en algo menos de 2 millones de toneladas (arroz grano), un volumen ligeramente inferior al del año precedente, pero en la línea de las producciones de las últimas campañas.

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

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

CC.AA	2016	2017
ANDALUCÍA	364,6	364,5
ARAGÓN	30,6	29,6
BALEARES	0,05	0,05
CASTILLA-LA MANCHA	0,8	0,6
CATALUÑA	135,5	121,3
COMUNIDAD VALENCIANA	122,3	112,2
EXTREMADURA	164	163
MURCIA	2,7	2
NAVARRA	14,7	12
OTRAS CC.AA.	0,2	0,2
<b>ESPAÑA</b>	<b>835,4</b>	<b>805,3</b>

FUENTES: MAPA.

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	479	470,9	486,7	488
EE.UU	7,1	6,1	7,1	5,7
CHINA	144,5	145,7	144,9	146
UE-28	2	2,1	2	2
<b>ESPAÑA</b>	<b>0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,55</b>	<b>0,35</b>

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA.

***De todo el arroz cultivado en España en 2017, el de tipo japónica (más conocido como arroz redondo), representó el 60% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 40% restante***

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. A nivel nacional, la superficie dedicada al cultivo del arroz se situó en 107.900 hectáreas (por debajo de la campaña anterior) y la producción 471.000 toneladas de grano (805.000 toneladas de arroz cáscara), un volumen inferior en un 4% producido en el año 2016.

Andalucía, con el 45% de la producción, y Extremadura con el 20% fueron las dos principales regiones productoras de España en 2017. 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 2017, el de tipo japónica (más conocido como arroz redondo), representó el 60% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 40% restante. 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.

Por otro lado, los precios percibidos por los cultivadores de arroz en 2017 se situaron en valores más bajos que en el año precedente: 29 euros/100 kg frente a 30 euros/100 kg.

En cuanto al comercio exterior, en 2017 el saldo de la balanza comercial fue de nuevo positivo. En volumen, las importaciones de arroz ascendieron a 145.700 toneladas (un 24% más que en 2016), mientras que las exportaciones se elevaron a 216.560 toneladas frente a las 132.060 toneladas del año precedente. ○

## OTROS CEREALES

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. Las campañas de 2016 resultaron negativas en general, especialmente para el centeno. Así, la producción española de centeno alcanzó en 2017 las 132.000 toneladas, un 65% menos que en 2016, año en el que la producción de este cereal se disparó.

Igualmente, la cosecha nacional de avena ascendió a 872.000 toneladas, un 21% menos que en 2016 (ese año la producción de avena aumentó considerablemente) y la cosecha de triticale, que es un cereal cuya presencia va en aumento en el campo español, también disminuyó en 2017. Los precios percibidos por los agricultores fueron en 2017 algo mejores que los del año precedente. Así, el precio medio del centeno fue 15,66 euros/100 kilogramos y el de la avena 14,9 euros/100 kilogramos.

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 se destina a consumo humano, principalmente como gachas que tienen un elevado contenido energético. ●

## CEREALES SECUNDARIOS EN LA UE

En la Unión Europea existen también producciones minoritarias de cereal que en el año 2017 alcanzaron un valor de algo más de 3.696 millones de euros, aportando el 1% de la Producción Agraria final.

La campaña de centeno en la UE se saldó con una producción de 7,3 millones de toneladas y la de avena con 8,1 millones de toneladas (superior en ambos casos a las cosechas de 2016). Por su lado, después de varios años incrementándose la producción de triticale se redujo y quedó en torno a los 11,3 millones de toneladas.

Además, la UE cuenta también con una pequeña producción de sorgo (3,9 millones de toneladas en 2017). En este caso, el primer país productor de la UE es Polonia, con el 72% de la cosecha total. ○

## HARINAS

La producción de harina de trigo blando en España se ha situado en cerca de 3,3 millones de toneladas, ligeramente por encima de la media de los últimos diez años y un 10,9% más en relación a la producción del año 2010. La mayor parte de esta producción se destina al mercado interior; aunque el sector en su conjunto tiene una capacidad instalada excedente. Además, se producen otras 550.000 toneladas de trigo duro y 200.000 toneladas de otros cereales, principalmente centeno.

A inicios de 2017 se encontraban molturando 110 de fábricas de harina. El número de industrias se ha venido reduciendo considerablemente a lo largo de las últimas décadas, especialmente, a raíz del plan de reestructuración del sector que en 1973 supuso la salida incentivada de 1.000 industrias. Recientemente, los ceses de actividad han tenido lugar entre las fábricas de menor tamaño, lo que provocado el aumento de la capacidad productiva de las empresas que siguen en activo. El principal grupo del sector tiene una plantilla de 300 trabajadores y unas ventas de 320 millones de euros, mientras que el segundo con 287 trabajadores factura algo más de 303 millones de euros y el tercero, con una plantilla de 174 personas, supera los 242 millones de euros.

Durante los últimos años se ha producido una reducción de las exportaciones de harina que han pasado de representar alrededor del 7% de la producción total durante los primeros años de este siglo a tan solo el 2,5% de la producción total del último ejercicio computado. Esta situación es de-

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Harántico	320,00
Harinera Vilafranchina, S.A. *	303,25
Maicerías Españolas, S.A. *	242,36
Grupo Pastas Gallo *	205,18
Harinera La Meta, S.A.	75,00
Harineras Villamayor, S.A.	52,00
Guría, S.A.	45,71
Nutrígal Sociedad Aragonesa de Molinería, S.L.	45,00
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	35,73
Harinera Riojana, S.A.	32,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

bida a la instalación de nuevas fábricas de producción en países del Sur que han venido de esta manera sustituyendo las importaciones que efectuaban con anterioridad. De esta manera, aunque las exportaciones de harina comenzaron a recuperarse en el año 2011, las ventas al exterior en el pasado año retrocedieron una vez más, quedando en algo más de 83.420 toneladas.

La mitad del trigo blando molturado en nuestro país debe ser importado, porque la producción nacional es claramente insuficiente. Nuestros principales proveedores de trigo son Francia, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos. Por el contrario, España es excedentaria en trigo duro. ●

## PAN

El mercado de pan en nuestro país se situó durante el pasado año en algo menos de 1.580 millones de kilos y ha experimentado una reducción interanual del 2,6%. El consumo doméstico de pan ronda los 3.800 millones de euros anuales, lo que supone casi el 18% menos que en 2008. Aunque la tendencia general es una pérdida de importancia del pan en la dieta de los españoles, esto no afecta a las masas congeladas, que siguen aumentando su participación en este mercado. Así, durante el último ejercicio computado se produjeron 768 millones de kilos de panes precocidos congelados, con un incremento interanual del 2,3%. El valor total de esa producción llegó a los 815 millones de euros, un 3,3% más que en el año anterior. Hay que recordar



que hace diez años la producción de los panes congelados llegaba apenas hasta los 428,2 millones de kilos, lo que indica el importante crecimiento registrado desde entonces.

El pan fresco/congelado es el que más se consume en los hogares españoles, con un 81,9% de todo el pan consumido, frente al 18,1% del pan industrial. El consumo de pan fresco/congelado ha experimentado un descenso del 4,3% mientras que el del pan industrial ha evolucionado de otra manera, ya que se aumentó en un 0,2% en los panes industriales secos y disminuyó en un 1,8% en los panes industriales frescos. Porcentualmente, el más vendido es el pan blanco de barra

(49,5%), seguido del integral de barra (12,6%), el de molde (11,2%) y el tostado (10,7%). La presentación más popular entre los consumidores españoles es la de la barra o pistola, con una cuota que casi alcanza el 75% de todas las ventas. A mucha distancia aparecen las baguettes, con un porcentaje del 10%, las chapatas (7%) y los panes de payés (4%).

En los últimos tiempos han aparecido algunos nichos de mercado que muestran muy buenas perspectivas de crecimiento. El más importante es el de los panes especiales y artesanos que son cada vez más demandados por los consumidores españoles. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del pan está formado por dos realidades bastante diferentes. En nuestro país se encuentran en actividad alrededor de 10.500 empresas dedicadas a la fabricación de panes y pastas, de las que poco más del 5% tiene plantillas de más de 20 trabajadores. La creación de empleo en el sector es muy importante, ya que representa a algo menos del 22% de los puestos de trabajo del sector de alimentación y bebidas, con unos 96.100 trabajadores. Aparte, hay unos 150.000 puntos de ventas de productos de panadería, en una amplia red de comercio minorista, aunque las tendencias a la concentración de ventas en la distribución organizada son ya muy fuertes. Quedan alrededor de 14.000 hornos tradicionales junto a la treintena

de fabricantes. En los casos de las masas congeladas y de los panes industriales por el contrario, la concentración es el rasgo más característico. El líder sectorial del sector de las masas congeladas alcanza una producción de 305.000 toneladas, mientras que el segundo llega a las 186.000 toneladas, el tercero supera las 133.820 toneladas, el cuarto que produce exclusivamente para las marcas blancas ronda las 63.000 toneladas y el quinto se sitúa en las 55.520 toneladas. Las marcas de distribución acaparan el 69,6% de todas las ventas en volumen y el 49,8% en valor. Dentro de los panes industriales, cuatro compañías multinacionales de muy grandes dimensiones se reparten todo el mercado mundial. ○

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PANADERÍA FRESCA Y SECA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. - Grupo *	562,00
Grupo Bimbo *	350,00
Bakery Donuts Iberia, S.A.U. *	345,00
Grupo Dulcesol *	319,00
Berlys Corporación Alimentaria, S.A.U. *	226,00
Pepsico Foods, A.I.E. *	147,00
Grefusa, S.L. *	100,59
Anitin Panes Especiales, S.L. *	57,85
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	52,68
Pimad, S.A.	45,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores  
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

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

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores  
FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



## CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 1.483,9 millones de kilos de pan y gastaron 3.563 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 32,5 kilos de consumo y 78,1 euros de gasto. El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (26,5 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 24,2 kilos per cápita. En términos

de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 79% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (56,1 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 16,4 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (9,6 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 21% restante y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (12,3% del gasto). ○

### CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PAN</b>	<b>1.483,9</b>	<b>32,5</b>	<b>3.563,0</b>	<b>78,1</b>
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.207,9	26,5	2.815,9	61,7
PAN FRESCO INTEGRAL	106,3	2,3	257,5	5,6
PAN FRESCO NORMAL	1.101,7	24,2	2.558,3	56,1
PAN INDUSTRIAL	275,9	6,1	747,1	16,4
PAN INDUSTRIAL FRESCO	195,8	4,3	437,0	9,6
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	34,3	0,8	73,5	1,6
PAN INDUSTRIAL NORMAL	127,3	2,8	263,1	5,8
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	34,2	0,8	100,4	2,2
PAN INDUSTRIAL SECO	80,1	1,8	310,1	6,8

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pan es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de pan es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pan, mientras que los indi-

ces se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.

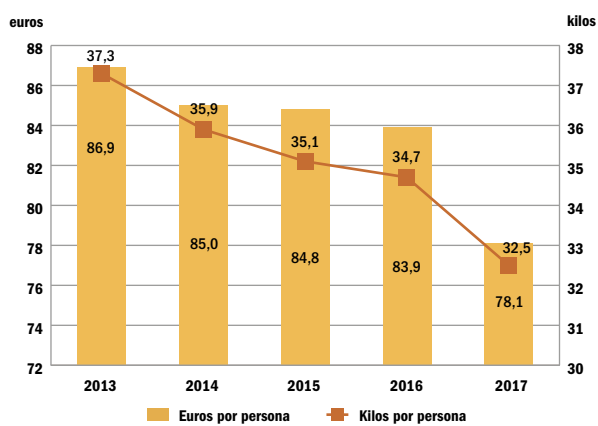
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de pan, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas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

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

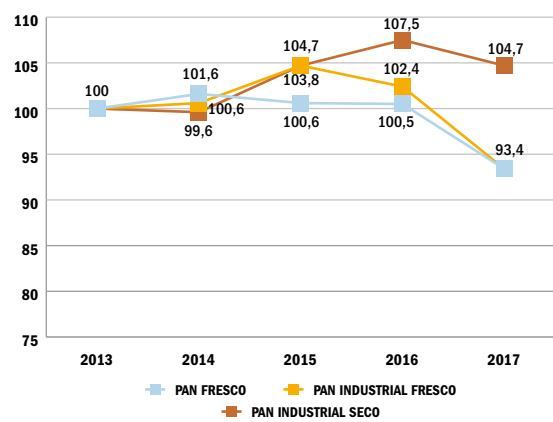
Durante los últimos cinco años, el consumo de pan ha caído 4,8 kilos por persona y el gasto ha descendido 8,8 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2013 (37,3 kilos y 86,9 euros por consumidor).

En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de pan industrial seco aumenta y, por el contrario, en pan fresco y en pan industrial fresco se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PAN, 2013-2017



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PAN (2013=100), 2013-2017



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

### ANDALUCÍA

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

PAN DE ALFACAR \*

### ARAGÓN

#### MARCA DE GARANTÍA

PAN

#### PRODUCCIÓN INTEGRADA

CEREALES DE INVIERNO

### CANARIAS

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GOFIO CANARIO \*

### CASTILLA-LA MANCHA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL ◊

### CASTILLA Y LEÓN

#### MARCAS DE GARANTÍA

HARINA TRADICIONAL ZAMORANA

PAN DE VALLADOLID

### CATALUÑA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PA DE PAGÈS CATALÀ ◊

### GALICIA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CEA ◊

TARTA DE SANTIAGO \*

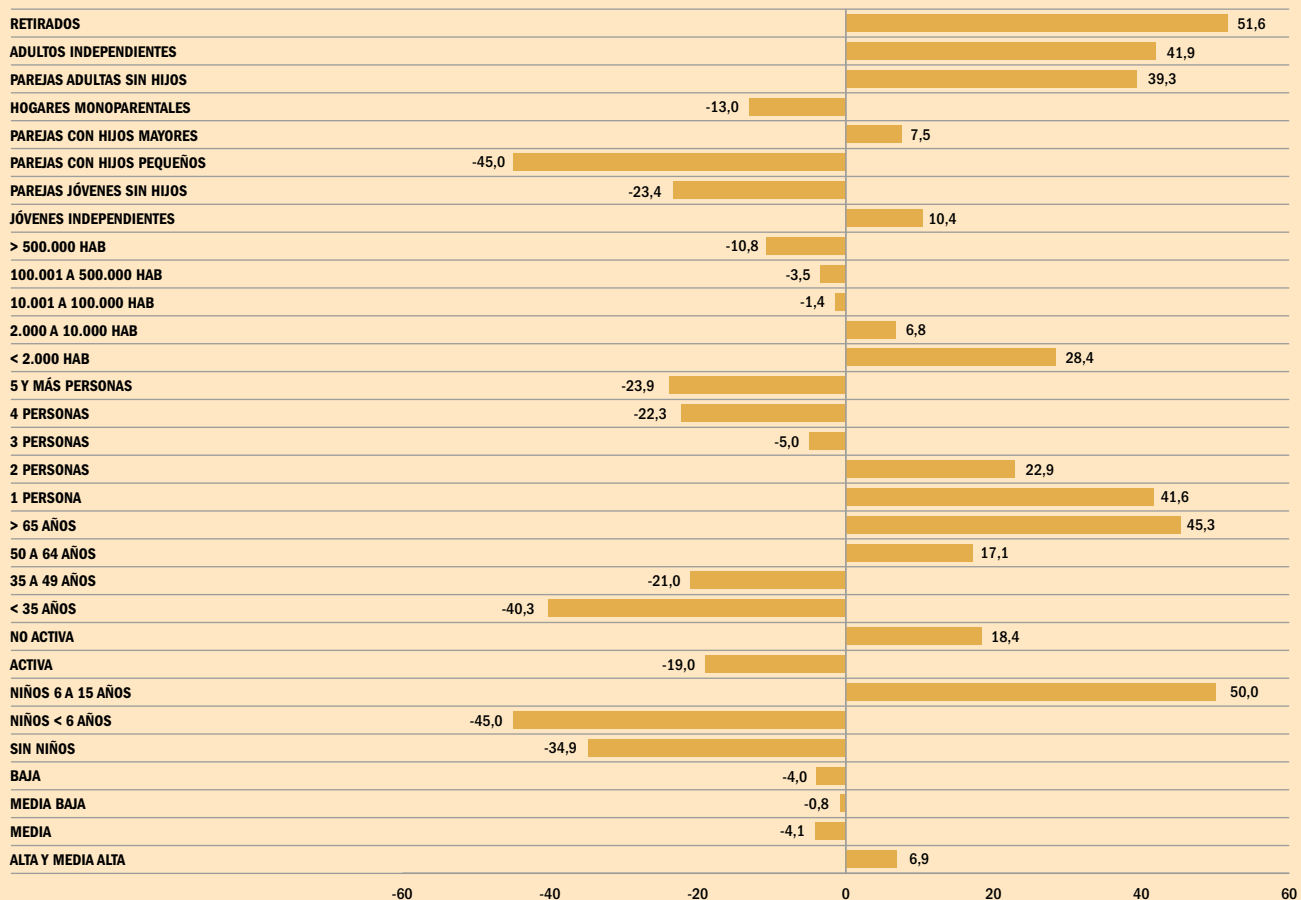
### LA RIOJA

PAN SOBAO DE LA RIOJA



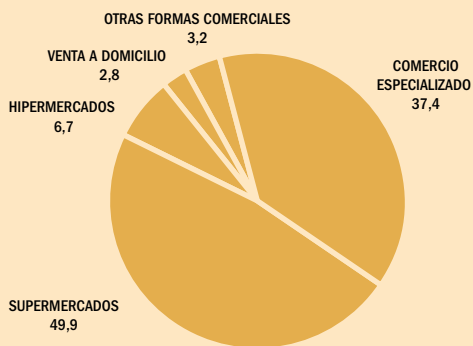
\* Denominación en tramitación \*\*\*\*Protección Nacional Transitoria ◊ Inscrita en el Registro de la UE

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



\* Media nacional = 32,5 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PAN POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017**



**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (49,9% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 37,4% y el hipermercado llega al 6,7%. La venta a domicilio de pan supone un 2,8% sobre el total y el resto de canales concentran un 3,2% de la cuota de venta global. ○



## 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



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

El mercado de galletas registró durante el último ejercicio computado una disminución interanual en volumen del 2,5%, quedando en 576.165 toneladas. El mercado interno creció, rompiendo la tendencia de los últimos años, un 1,7%, superando las 338.260 toneladas. Por lo que hace referencia al valor de estas producciones, los resultados son bastante más positivos, ya que se consiguió un incremento del 4%, hasta alcanzar los 1.136 millones de euros. En el caso del mercado nacional, el crecimiento fue también de un 4%, quedando en unos significativos 728 millones de euros. Según PRODULCE, la principal partida en valor que se comercializa en el mercado nacional es la de galletas de meriendas, con un porcentaje del 27% del total, seguidas por las de desayuno familiar (23%), desayuno infantil (21%), salud (14%), las especialidades de adultos (7%), las saladas (6%) y los surtidos (2%).

En el libreservicio, las galletas de desayuno suponen el 41,5% de todas las ventas en volumen y el 25,7% en valor. La otra gran partida es la compuesta por las especialidades, con cuotas del 27,3% en volumen, aunque en valor se incrementa su importancia hasta el 38,4%. Por debajo de éstas aparecen las galletas dietéticas e integrales, con porcentajes del 23,1% y del 24,5% respectivamente. Mucha menos importancia tienen las galletas surtido (3,4% y 5,3%), los surtidos (3,3% y 4,3%) y las galletas con cereales (1,4% y 1,8%). Las galletas envasadas acaparan el 99,7% de todas las ventas en volumen y el 99,3% en valor. Dentro de éstas, las galletas dulces suponen el 94,6% del total en volumen y el 92,5% en valor. A mucha distancia se sitúan las galletas saladas (3,4% y 4,2%) y las galletas dietéticas (2% y 3,3%). La dinamización de las demandas del mercado interior ha venido gracias a la presentación de nuevas ofertas más saludables, con referencias ecológicas, integrales, funcionales, libres de alérgenos o artesanales. También han aparecido nuevos formatos que estimulan tipos de consumo individual, dirigidos a un público adulto. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de galletas se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de importantes compañías multinacionales. La principal empresa del sector registra una producción de 180.000 tone-



ladas de galletas, con unas ventas de cerca de 324 millones de euros, mientras que la segunda llega a las 100.000 toneladas, superando los 288 millones de euros, la tercera alcanza las 36.500 toneladas y los 210 millones de euros, la cuarta se sitúa en 91.000 toneladas y 169 millones de euros y la quinta ronda las 18.200 toneladas y los 47 millones de euros. Durante los últimos tiempos todos estos grandes operadores han efectuado importantes inversiones para modernizar sus procesos productivos. Dentro de ellos destacan los realizados por el líder sectorial, con una inversión de más de 50 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, pero han perdido cuota, debido al auge de las nuevas presentaciones. Durante 2017 acaparon el 49% de todas las ventas en volumen y el 31,5% en valor, lo

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE GALLETAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. - Grupo *	562,00
Mondelez España - Grupo *	550,00
Galletas Gullón, S.A. - Grupo	320,00
Cuétara, S.L.U.	151,20
Sanchís Mira, S.A. *	100,00
Galletas Artiach, S.A.	92,88
Delaviuda Alimentación, S.A. *	79,72
Arluy, S.L. - Grupo *	50,00
Tirma, S.A. *	29,00
Borras, S.L. de Productos Alimenticios *	22,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

*Los productos que rompen la atonía general de este mercado son aquellos que responden a demandas específicas, como las presentaciones sin gluten, azúcares o lactosa, y otras que se asemejan a la pastelería artesanal*

que supuso pérdidas interanuales respectivas del 1,2% y del 2,9%. Dentro de las galletas dulces, controlan el 51,2% de las ventas totales en volumen y el 32,8% en valor, mientras que la primera oferta marquista representa el 18,6% del total en volumen y el 21,3% en valor. ○

#### COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un recurso fundamental para mantener los volúmenes de producción de los principales grupos del sector galletero español. Durante el último ejercicio, este comercio exterior se redujo en un 2,5%, quedando en algo más de 207.900 toneladas, lo que supone, en cualquier caso, el 41,3% de toda la producción sectorial. En valor, las exportaciones crecieron en un 3,9%, alcanzando los 408 millones de euros (35,9% de todo el mercado). Por áreas geográficas, la Unión Europea acapara el 76,1% de todo este comercio, seguida a mucha distancia por América (8%) y Asia (6,7%). Otros destinos, básicamente de países africanos, representan el restante 9,2%. Dentro de la Unión Europea, los principales mercados de destino son Portugal, Alemania y Francia. A estos clientes tradicionales se han añadido durante los últimos años algunos nuevos en América del Norte y del Sur, en Asia o en el Magreb. Las importaciones resultan mucho menos importantes y se situaron en el último año en unas 70.000 toneladas, con un descenso interanual del 6,6%, por un valor de 220 millones de euros (-0,7%). Nuestros principales proveedores son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Francia y Alemania. ○

## PASTELERÍA INDUSTRIAL

El mercado de bollería y pastelería de marca registró un muy escaso descenso interanual del 0,1%, quedando en algo menos de 171.450 toneladas. El valor de este mercado experimentó una disminución similar, llegando hasta los 811 millones de euros. El mercado interior fue el que mostró un menor dinamismo, ya que redujo sus ventas en volumen en un 0,3%, situándose en las 164.745 toneladas, mientras que en valor su caída fue de un 0,4%, hasta rondar los 776 millones de euros. En términos muy generales, puede indicarse que dentro del mercado nacional la bollería y las magdalenas suponen el 82% de todo ese mercado en valor, mientras que el restante 18% corresponde a la pastelería y snacks dulces. Atendiendo a las principales categorías de la bollería dulce son las presentaciones rellenas o rebanadas las que tienen una mayor importancia, con cuotas del 37% del total en volumen y del 47,7% en valor. A continuación se sitúan las magdalenas, con porcentajes respectivos del 31% y del 24,3% y la bollería sin relleno, con el 26% en volumen y el 20% en valor. Todas las otras presentaciones suponen los restantes 6% y 8%. Más allá de las magdalenas que constituyen la principal oferta con diferencia, aparecen a continuación como demandas más consolidadas los croissants (8,7% en volumen y 6,8% en valor), la bollería frita (8,6% y 12,9%), los bizcochos (6,1% y 5,6%), los croissants rellenos (5,5% y 5,6%), los plumcakes y cocas (5,3% y 6,5%), los panes de leche y brioches (4,8% y 3,7%), los sobaos (4,1% y 3,2%) y las napolitanas (3,2% y 2,9%).

Los productos que rompen la atonía general de este mercado son aquellos que responden a demandas específicas, como las presentaciones sin gluten, azúcares o lactosa, y otras que se asemejan a la pastelería artesanal. ●

#### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la penetración muy significativa de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector empresarial español de bollería y pastelería industrial. La atonía del mercado interno ha provocado una fuerte competencia entre los principales operadores del sector que provoca un refuerzo de los grupos más dinámicos y una gran importancia de las marcas de distribución. La principal empresa del sector alcanza una producción de 107.000 toneladas, con unas ventas de 258 millones de eu-



## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. – Grupo *	562,00
Grupo Bimbo *	350,00
Bakery Donuts Iberia, S.A.U. *	345,00
Grupo Dulcesol *	319,00
Anitin Panes Especiales, S.L. *	57,85
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	52,68
Granja San Francisco, S.L. *	31,26
Codan, S.A.	26,70
El Pequeño Molino, S.A.	18,50
Dulca, S.L. *	17,50

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

ros, mientras que la segunda llega hasta las 72.000 toneladas y los 153 millones de euros. La tercera empresa viene de adquirir varias fábricas de otro de los grupos más importantes y tiene una facturación de unos 320 millones de euros, entre los que se incluyen otras líneas de negocio. Algo similar ocurre con la cuarta empresa sectorial, con unas ventas cercanas a los 220 millones de euros.

Las marcas de distribución acaparan un 66,5% de todas las ventas en volumen, mientras que en valor su cuota se reduce hasta el 50,7%. Estos porcentajes se mantienen práctica-



mente similares a los del ejercicio anterior, con un ligero aumento del 0,1% en volumen. Por su parte, la primera oferta marquista controla el 9,6% del total en volumen y el 16,6% en valor, mientras que la segunda se queda en el 6,7% en volumen y el 5,8% en valor. Todas las demás empresas se reparten en cuotas bastante pequeñas los restantes 17,2% en volumen y 26,9% en valor.

Las empresas especialistas de tamaño medio han sido las que han mostrado un comportamiento más dinámico durante el último año. Así, son las presentaciones ecológicas, sin lactosa, sin gluten o las que apuestan por productos de carácter más tradicional las que muestran mayores perspectivas de crecimiento. ○

## COMERCIO EXTERIOR

Aunque muchos de los principales operadores del sector están apostando de forma muy decidida por la internacionalización como una estrategia básica para superar los problemas generados por la atonía del mercado interior, lo cierto es que todavía el comercio exterior de productos de pastelería y bollería industrial es claramente negativo para nuestro país. Las exportaciones alcanzaron durante el último ejercicio computado las 6.700 toneladas, un 6,1% más que en el año precedente. El valor total de estas exportaciones creció en un importante 7,1%, hasta alcanzar los 35 millones de euros. En la actualidad las exportaciones suponen apenas el 3,9% del total en volumen del mercado y el 4,3% en valor. Los principales mercados de destino de este comercio exterior son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania, Portugal e Italia. Más recientemente han crecido de forma muy notable algunas exportaciones dirigidas hacia algunos países del norte de África. La Unión Europea absorbe el 84,3% de todas estas exportaciones, mientras que un 12,3% es la cuota alcanzada por los países africanos, un 2,4% se dirige hacia los mercados asiáticos y el restante 1% se vende en América.

Las exportaciones, por su parte, llegaron hasta las 31.520 toneladas, con un incremento interanual de apenas el 0,3%. Esas importaciones aparecen muy vinculadas a las estrategias comerciales de algunas de las grandes cadenas de distribución alimentaria que se encuentran presentes en España. Estas cadenas se abastecen de productos elaborados en otros países de la Unión Europea, sobre todo de Alemania, Francia, Portugal, Italia y Reino Unido. ○



## CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 613,3 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales, y gastaron 2.775 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,4 kilos de consumo y 60,8 euros de gasto.

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

### CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES</b>	<b>613,3</b>	<b>13,4</b>	<b>2.775,0</b>	<b>60,8</b>
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	268,0	5,9	1.346,7	29,5
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	206,5	4,5	925,4	20,3
BOLLERÍA Y PASTELERÍA A GRANEL	61,5	1,3	421,3	9,2
GALLETAS	237,7	5,2	831,0	18,2
GALLETAS ENVASADAS	236,9	5,2	824,3	18,1
GALLETAS SALADAS	8,3	0,2	36,5	0,8
GALLETAS DULCES	228,7	5,0	787,8	17,3
GALLETAS GRANEL	0,8	0,0	6,7	0,1
CEREALES	71,8	1,6	273,7	6,0
CON FIBRA	13,3	0,3	52,8	1,2
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	35,8	0,8	323,6	7,1

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

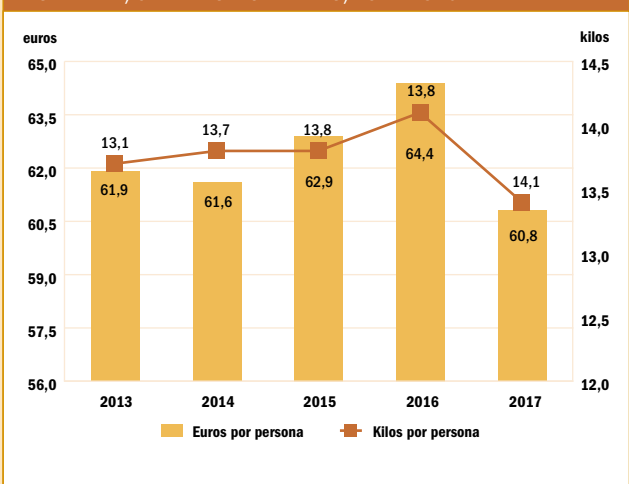
En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los índices se 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 y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, País Vasco y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Extremadura y Andalucía. ○

**EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA**

Durante los últimos cinco años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales ha aumentado 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 1,1 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2016, con 14,1 kilos por persona y 64,4 euros por consumidor.

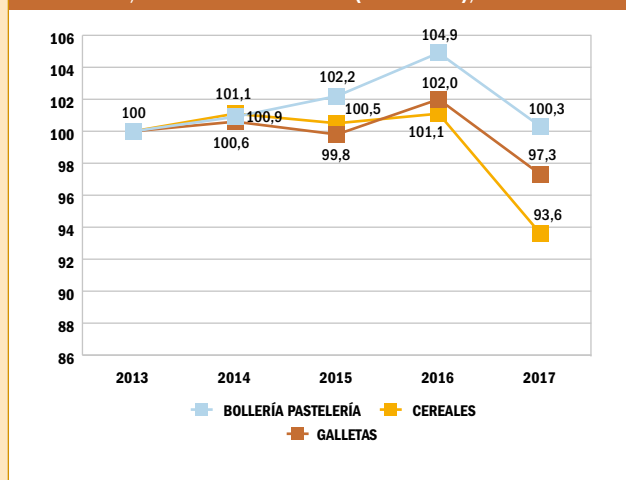
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES, 2012-2016**



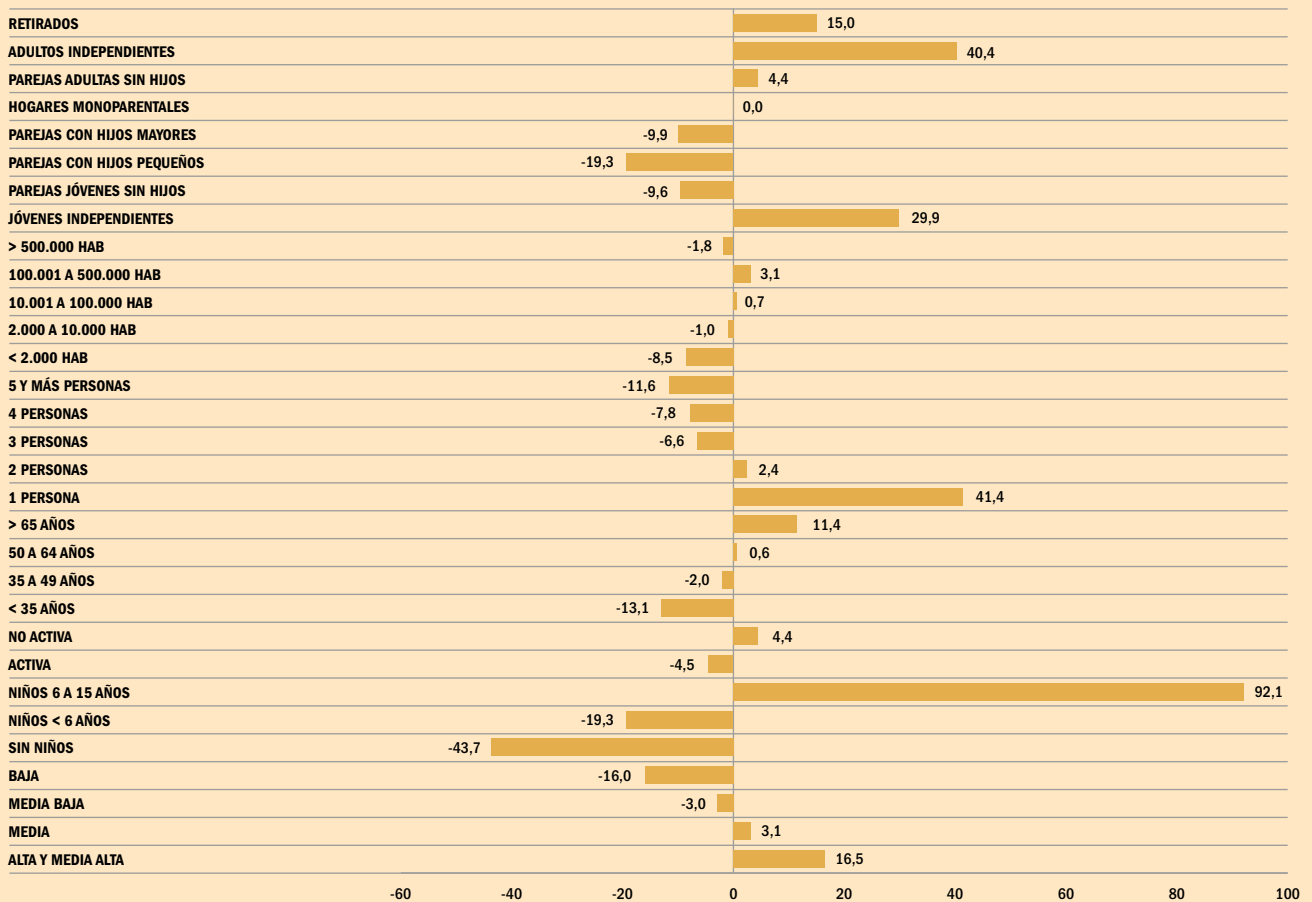
En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de bollería y pastelería aumenta, mientras que en las galletas y en los cereales se produce un descenso.



**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES (2013=100), 2013-2017**

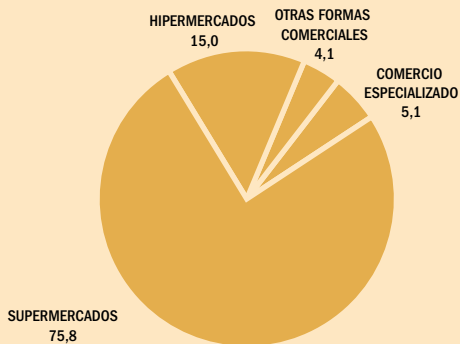


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BOLLERÍA, PASTERERÍA, GALLETAS Y CEREALES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 13,4 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTERERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (75,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 5,1%. Las otras formas comerciales acaparan el 4,1% restante. ○



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

## ANDALUCÍA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA <sup>o</sup>MANTECADOS DE ESTEPA <sup>o</sup>

## ARAGÓN

## MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

ALMENDRADOS

ALMOJABANAS

CARQUIÑOLES

COC DE FRAGA

FLORENTINA

FRUTAS DE ARAGÓN

GUIRLACHE

MANTECADOS DEL MAESTRAZGO

PASTEL RUSO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE BALSÀ

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA FLORENTINA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

## BALEARES

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ENSAIMADA DE MALLORCA <sup>o</sup>

## CANTABRIA

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBAO PASIEGO <sup>o</sup>

## CASTILLA Y LEÓN

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MANTECADOS DE ASTORGA <sup>o</sup>

## 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

<sup>o</sup> Inscrita en el Registro de la UE



## Alfajor de Medina Sidonia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

## Ensaimada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

**CARACTERÍSTICAS:** La Ensaimada de Mallorca es un producto de masa azucarada, fermentada y horneada, elaborada con

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

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

## Mantecadas de Astorga

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

referencias de las Mantecadas de Astorga datan del año 1805.

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

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

## Sobao Pasiego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

## CEREALES PARA DESAYUNO

El mercado español de cereales para desayuno registró durante el año pasado una reducción del 0,6%, quedando en alrededor de 75.400 toneladas. El valor de toda esa producción fue de algo más de 309,1 millones de euros, lo que supuso una reducción interanual del 4,1%. Los precios se mantuvieron prácticamente estables, con una leve caída del 0,3%. Por segmentos, destacan los cereales infantiles con chocolate, con una cuota del 25,1% del total de ventas en volumen. A continuación aparecen los cereales dietéticos, con un porcentaje del 21,5%, seguidos por los cereales infantiles sin chocolate (15,4%), el muesli (15,1%), los cereales fibra (14,8%) y las presentaciones familiares (8,1%). Hay que tener en cuenta, no obstante, que los cereales para desayuno apenas se consolidaron en nuestro país en la década de los 80. En 1997 la producción española de cereales de desayuno era apenas de 25.000 toneladas. En 2008 se alcanzaron las 64.000 toneladas y, desde entonces, su comportamiento ha sido mucho menos dinámico.

Atendiendo a su valor, los cereales destinados al público adulto son los más vendidos, con el 59,5% del total (en torno a 178,5 millones de euros). Los cereales infantiles, por su parte, facturaron unos 121,5 millones de euros.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector de empresas fabricantes y comercializadoras de cereales para desayuno en nuestro país. Varios de los principales operadores incluyen también otras líneas de negocio afines, como las galletas, la alimentación infantil o la bollería. El grupo líder del sector tiene una plantilla de más de 3.750 trabajadores y unas ventas que rondan los 562 millones de euros, mientras que el segundo tiene 2.080 trabajadores y una facturación de 345 millones de euros. El tercero llega a los 176,9 millones de euros, el cuarto se sitúa en los 157 millones de euros y el quinto alcanza los 58 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado. Entre los cereales para adultos acaparan algo más del 62% del total de ventas en volumen y el 48% en valor, mientras que la primera oferta con marca de fabricante llega hasta el 22,9% y el 32% respectivamente. Dentro de los cereales infantiles, las marcas

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Siro, S.A. – Grupo *	562,00
Bakery Donuts Iberia, S.A.U.*	345,00
Hero España, S.A.*	176,89
Kellogg España, S.L. *	157,00
Cereal Partners España, A.E.I.E.	58,00
Artenay Internacional, S.L.	43,00
Weetabix Ibérica, S.L.	6,50
Esgir, S.L.	2,79

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

La atonía del mercado provoca una fuerte competencia entre los principales operadores del sector. Las otras ofertas de desayuno, especialmente la bollería y las galletas, presentan un comportamiento mucho más positivo, lo que ha obligado a los fabricantes de cereales a reducir sus márgenes de beneficios y a diversificar sus ofertas. Entre ellas, destacan los snacks a base de cereales con fibra, con un margen de crecimiento todavía muy importante. ●

de distribución representan el 69% de todas las ventas en volumen y el 57% en valor. La primera oferta con marca propia se queda en el 16,5% y del 21,3%. ○

### COMERCIO EXTERIOR

Apenas se disponen de cifras contrastadas sobre el comercio exterior de cereales para desayuno. Se trata de un mercado dominado por grandes grupos multinacionales, con estrategias de negocio globales, y cuyos movimientos entre distintas filiales de una misma compañía no suelen quedar reflejados en las estadísticas de exportaciones e importaciones. Las dos principales empresas del sector tienen sus plantas de producción instaladas en nuestro país y desde aquí abastecen a la mayoría de los mercados de la Unión Europea, por lo que puede decirse que la mayor parte de los cereales para desayuno que se producen en nuestro país se consumen en el exterior.

**El consumo medio de cereales para desayuno en nuestro país se sitúa en torno a 1,7 kilos por persona y año. Se estima que en España hay unos 12,7 millones de consumidores habituales de cereales para desayuno, con un gasto medio de 24,4 euros**

Las exportaciones españolas de cereales para desayuno pueden superar las 50.000 toneladas anuales, con un valor de unos 60 millones de euros. La mayoría de estas exportaciones se dirige hacia otros países europeos, entre los que destacan Francia, Reino Unido y Alemania. Las partidas importadas son bastante menos importantes y están relacionadas con las estrategias comerciales de algunas de las grandes cadenas de distribución alimentaria. ○

## CONSUMO

El consumo medio de cereales para desayuno en nuestro país se sitúa en torno a 1,7 kilos por persona y año. Se estima que en España hay unos 12,7 millones de consumidores habituales de cereales para desayuno, con un gasto medio de 24,4 euros. Estas cifras se encuentran muy lejos de las registradas en el resto de países de nuestro entorno, ya que la media europea de consumo anual es de unos 2,7 kilos por persona. Algunos países, como Irlanda, Suecia y Finlandia superan ampliamente esa media y presentan consumos por encima de los 7 kilos por persona. En Estados Unidos, el consumo medio por persona y año se encuentra en los 4,5 kilos.

La Comunidad de Madrid y la zona sur peninsular aparecen como las zonas donde los consumos de cereales son más importantes. Las familias con niños entre 6 y 15 años son las que registran unos consumos mayores de estos cereales, aunque durante los últimos tiempos está adquiriendo una gran importancia un perfil de consumidores adultos. ○

## PASTAS ALIMENTICIAS

Durante el pasado año las ventas de pasta crecieron en torno a un 2% en volumen, superando las 195.680 toneladas. De esta cantidad, el 94% corresponde a la pasta seca, de la que se comercializaron 184.210 toneladas, con un moderado incremento interanual del 1,7%, rompiendo de esa manera el mal comportamiento del ejercicio precedente. El valor de toda esa oferta fue de algo más de 380 millones de euros, un 3,8% más que en el año anterior. Por su parte, la pasta fresca continuó con su buen comportamiento y sus ventas crecieron en unos importantes 9,6% en volumen y 11,4% en valor, llegando hasta las 11.475 toneladas y 81 millones de euros. Dentro de la pasta seca, las presentaciones normales son las más demandadas, con cuotas del 57,2% en volumen y del 45,4% en valor. Dentro de la pasta clásica normal, los macarrones son la presentación más consumida, con el 41,5% del total, seguidos por los espaguetis (34,3%). A continuación aparecen las de cuchara (18,8% y 16,3% respectivamente), de colores (12% y 13,2%), al huevo (4,8% y 7,2%), especial (2,3% y 6,9%), integral (2,2% y 3,1%), laminada (1,4% y 4,8%) y rellena (1,2% y 3,1%). ●



### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ebro Foods, S.A. - Grupo *	2.459,25
Nestlé España, S.A. *	1.950,00
The GB Foods, S.A. - Grupo *	627,00
Galletas Siro, S.A. Grupo *	562,00
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) *	523,20
Borges Branded Foods S.L.U. *	242,00
Grupo Pastas Gallo *	205,18
Oromás, S.A.	59,56
Pastas Alimenticias Romero, S.A.	36,00
DR. Schar España, S.L. *	34,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

*La pasta fresca apenas supone un 6% de todo el mercado español de pastas alimenticias, pero es en ese segmento donde se registra el mayor dinamismo, con cuotas de crecimiento en torno a los dos dígitos tanto en volumen como en valor*

#### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de pastas alimenticias está dominado por algunas grandes empresas, entre las que aparecen algunas compañías multinacionales, muchas veces de origen italiano, algunos grupos de capital esencialmente español que provienen de sectores cercanos, como los de las galletas o las harinas, y unos cuantos especialistas en productos muy determinados. La principal empresa del sector registra una producción de 135.000 toneladas y unas ventas de 195 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta las 85.750 toneladas y los 53,1 millones de euros, la tercera alcanza las 76.000 toneladas y los 64,5 millones de euros, la cuarta ronda las 48.000 toneladas y los 36,5 millones de euros y la quinta se sitúa en 4.900 toneladas y 12,3 millones de euros.

Las marcas de distribución son muy importantes en el sector y representan el 68,5% de todas las ventas en volumen de la pasta de tenedor y el 52,4% en valor, mientras que la primera oferta marquista se queda en el 21,1% y el 26,5%. En el caso de la pasta de cuchara, las marcas blancas acaparan el 66% en volumen y el 52,8%, frente a una primera oferta marquista, con cuotas del 27,7% y del 37,9%. Los principales operadores del sector están apostando por la innovación y la diversificación de ofertas, con nuevos ingredientes más saludables, pastas rápidas, presentaciones premium, etc. ○

## PASTA FRESCA

La pasta fresca apenas supone un 6% de todo el mercado español de pastas alimenticias, pero es en ese segmento donde se registra el mayor dinamismo, con cuotas de crecimiento en torno a los dos dígitos tanto en volumen como en valor. Así, durante el último año se vendieron algo menos de 11.500 toneladas (+9,6%), por un valor de 81 millones de euros (+11,4%). La pasta rellena representa el 72,1% de todas las ventas en volumen y el 84,9% en valor. Dentro de ésta, las presentaciones más importantes son las rellenas de verduras (27,3% en volumen y 28,4% en valor), seguidas por las de carne (25,9% y 23,5%), las de otros sabores (23,8% y 28,7%) y las de quesos (22,9% y 19,5%). Dentro de las pastas no rellenas, que suponen los restantes 27,9% en volumen y 15,1% del total del mercado, las presentaciones menores de 250 gramos son las más importantes en valor (61%), aunque en volumen representan al 49,7% de todas las ventas.

Las marcas de distribución son también muy importantes en este mercado, con cuotas del 64,7% del total en volumen y del 48,7% en valor. Por su parte, la primera oferta con marca de fabricante presenta unos porcentajes del 24,5% y del 36,6%, mientras que la segunda se queda en el 7,9% y el 10,9%. Entre estos grupos aparecen fundamentalmente empresas especialistas italianas. ●





## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen una apuesta estratégica para las principales empresas del sector de pastas alimenticias, ya que el volumen de producción no puede ser absorbido



por el mercado interno. Durante los últimos tiempos, los principales grupos españoles de pastas alimenticias han hecho importantes esfuerzos por ampliar sus ventas en el exterior. Se calcula que anualmente la facturación conjunta de estas exportaciones ronda los 600 millones de euros. Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, en especial Francia, Alemania, Italia, Portugal y el Reino Unido. En cualquier caso, la cuota conjunta de estos cinco clientes principales apenas representa el 25% de todas las ventas en el exterior, lo que indica la importante diversificación alcanzada. Durante los últimos tiempos se han incrementado las exportaciones hacia todos los países del área mediterránea, a la Europa del norte y del este y a los países de las costas del Mar Negro. Habitualmente estas exportaciones están compuestas por pasta seca de escaso valor añadido.

Por lo que hace referencia a las importaciones, su valor es ligeramente inferior, en torno a 580 millones de euros. Las principales partidas importadas son ofertas de alto valor añadido, fundamentalmente pastas rellenas, pastas frescas y pastas ecológicas. Italia aparece como el principal proveedor de pastas alimenticias para el mercado español. ○

## CONSUMO Y GASTO EN PASTAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 186,3 millones de kilos de pastas y gastaron 351,4 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,1 kilos de consumo y 7,7 euros de gasto. ○



### CONSUMO Y GASTO EN PASTAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PASTAS</b>	<b>186,3</b>	<b>4,1</b>	<b>351,4</b>	<b>7,7</b>
PASTAS ALIMENTICIAS	183,3	4,0	334,7	7,3
PASTA SECA	172,0	3,8	258,0	5,7
PASTA FRESCA	11,2	0,2	76,7	1,7
PASTAS GRANEL	1,1	0,0	2,5	0,1
PASTAS ENVASADAS	182,1	4,0	332,2	7,3
PASTAS PARA RELLENAR	3,1	0,1	16,7	0,4

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de pastas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pastas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de pastas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad comprendida entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices más

reducidos tienen lugar en los núcleos familiares formados por cinco o más miembros.

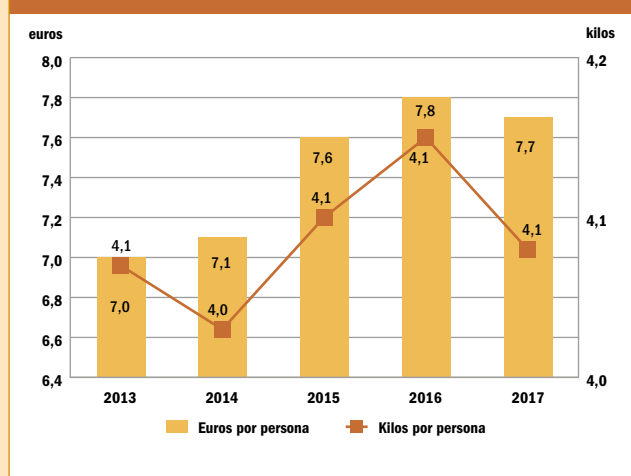
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de pastas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de 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 Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Extremadura y, sobre todo, a La Rioja. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

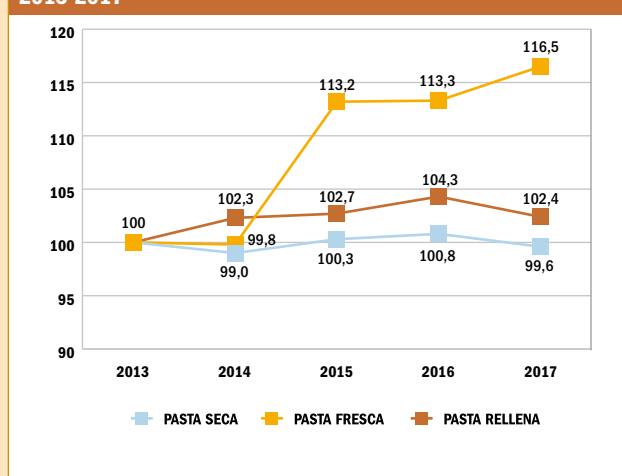
Durante los últimos cinco años, el consumo se ha mantenido estable y el gasto ha experimentado un incremento de 70 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2013, 2015, 2016 y 2017 (4,1 kilos por persona), mientras que el mayor gasto se registró en el ejercicio 2016 (7,8 euros por consumidor).

En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2013, el consumo de pasta fresca y rellena ha aumentado, mientras que en pasta seca se produce un descenso.

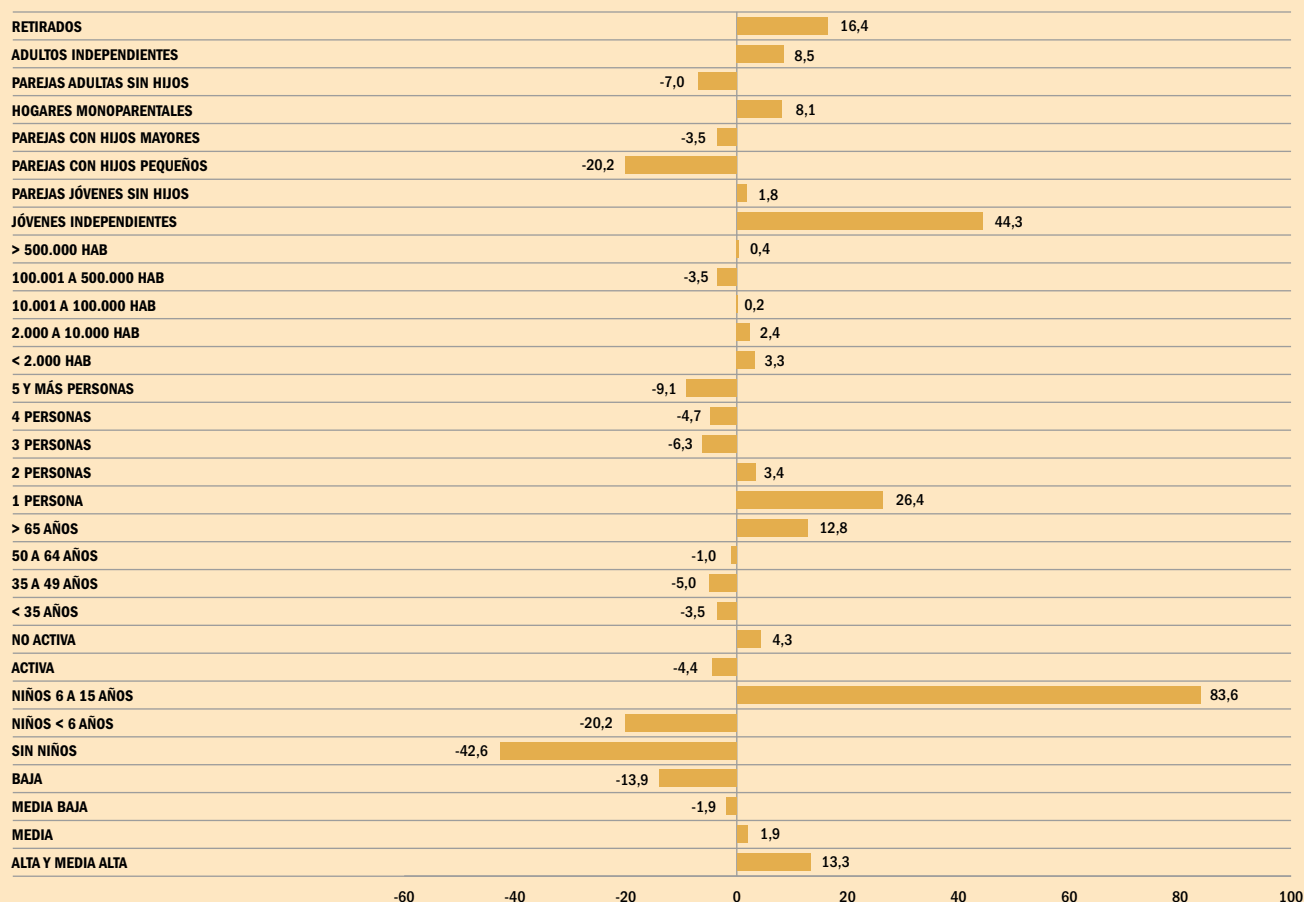
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PASTAS, 2013-2017



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PASTAS (2013=100), 2013-2017

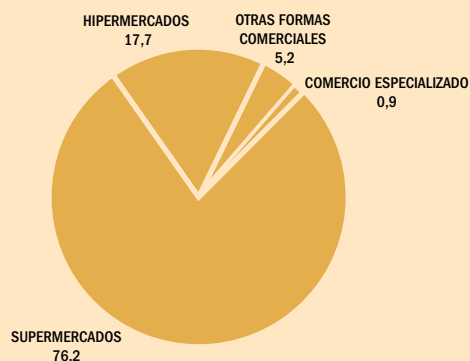


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PASTAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 4,1 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (77,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 16,9% y los establecimientos especializados llegan al 0,9%. Las otras formas comerciales concentran el 4,3% restante. ○



## ARROZ

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La relativa atonía del mercado español del arroz ha provocado que muchas de las empresas del sector estén impulsando importantes estrategias de innovación y diversificación para intentar dinamizar las demandas. Inicialmente eran los grandes líderes del sector quienes presentaban las nuevas ofertas, pero durante el último año muchas empresas de dimensiones medianas han hecho importantes esfuerzos para no quedar desplazadas de esas iniciativas.

Las marcas de distribución tienen una importancia fundamental en el mercado del arroz. Así, durante el último ejercicio controlaron el 70,3% de todas las ventas en volumen y el 55,9% en valor, en unas cuotas muy similares a las del año precedente. Por su parte, la primera oferta con sus diferentes marcas, alcanzó unos porcentajes del 22,4% en volumen y del 32,9% en valor. Esta fuerte concentración deja al resto de fabricantes, con unas cuotas reducidas del 7,3% en volumen y del 11,2% en valor.

La principal empresa del sector envasa para el mercado español unas 80.000 toneladas de arroz. El segundo operador llega hasta las 67.200 toneladas, el tercero ronda las 67.000 toneladas, el cuarto alcanza las 30.000 toneladas y el quinto supera las 26.200 toneladas. La facturación del primer operador ronda los 1.300 millones de euros anuales, mientras que el segundo se queda en unos 270 millones de euros. El principal grupo arrocero de nuestro país opera en los sectores del

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ebro Foods, S.A. - División Arroz	1.139,70
Maicerías Españolas, S.A. *	242,36
Coop. Arrozuía	53,00
Arrocerías Pons (Grupo)	49,00
Coop. Càmara Arrossera del Montsià i Secció de Crèdit	31,00
Coop. Arrossaires del Delta del L'Ebre - Div. Arroz	28,92
Arroces y Cereales, S.A. (Arcesa)	26,37
Arrocerías Rovira Ballester, S.L.	18,49
Coop. Extremeña de Arroces	16,50
Luton, S.A.	7,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



arroz, la pasta y las salsas. Tiene su sede en España, pero está presente en más de 25 países de Europa, Norteamérica, Asia y África, lo que le ha convertido en el líder mundial en el sector del arroz y segundo fabricante mundial de pasta. ○

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

#### ARAGÓN

##### MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ARROZ

#### CASTILLA-LA MANCHA

##### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA \*\*/ ○

#### CATALUÑA

##### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE ○  
(ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

#### COMUNIDAD VALENCIANA

##### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARROZ DE VALENCIA ○

#### EXTREMADURA

##### PRODUCCIÓN INTEGRADA

ARROZ

#### MURCIA

##### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA \*\*/○

\*\* Denominación compartida con otras CC.AA ○ Inscrita en el Registro de la UE



## COMERCIO EXTERIOR

Nuestro país ha sido tradicionalmente un importante exportador de arroz. Para muchas de las principales empresas arroceras españolas, el comercio exterior es una apuesta clave que permite mantener los actuales niveles de producción. A pesar de esos esfuerzos, el pasado año ha sido negativo para el comercio exterior español de arroz, ya que se ha contraído en un 11%, situándose en torno a las 208.700 toneladas. La reducción se debe básicamente a la llegada a la Unión Europea de arroz proveniente de terceros países, gracias a la eliminación de barreras arancelarias. De esta manera, algunos mercados clásicos para el arroz español han visto disminuir sus demandas. Es el caso de Bélgica, donde las exportaciones cayeron un 25%, quedando en 40.380 toneladas. También se redujeron en un 36% las ventas en Portugal, situándose en 16.230 toneladas.



Por lo que hace referencia a las importaciones, hay que indicar que éstas también se han reducido en un muy significativo 27%, quedando en 109.030 toneladas. En especial se redujeron las importaciones provenientes de Pakistán (-30%), quedando en 13.500 toneladas. Nuestro principal proveedor de arroz es Tailandia, con una partida de 23.700 toneladas, lo que supuso un descenso interanual más moderado del 5%. ○

## CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 173,8 millones de kilos de arroz y gastaron 270,8 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,8 kilos de consumo y 5,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (2 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,6 kilos per cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 33,9% del gasto, con un total de 2 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados de arroz, con un porcentaje del 18,6% y un total de 1,1 euros por persona al año. ○



### CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL ARROZ</b>	<b>173,8</b>	<b>3,8</b>	<b>270,8</b>	<b>5,9</b>
LARGO	26,5	0,6	21,7	0,5
NORMAL	89,1	2,0	89,5	2,0
VAPORIZADO	12,8	0,3	16,8	0,4
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	6,4	0,1	37,0	0,8
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	18,6	0,4	52,4	1,1
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	1,7	0,0	14,7	0,3
OTROS TIPOS ARROZ	18,6	0,4	38,8	0,9

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de arroz, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares si niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de arroz es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de arroz es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de arroz, mientras que los índices más

reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.

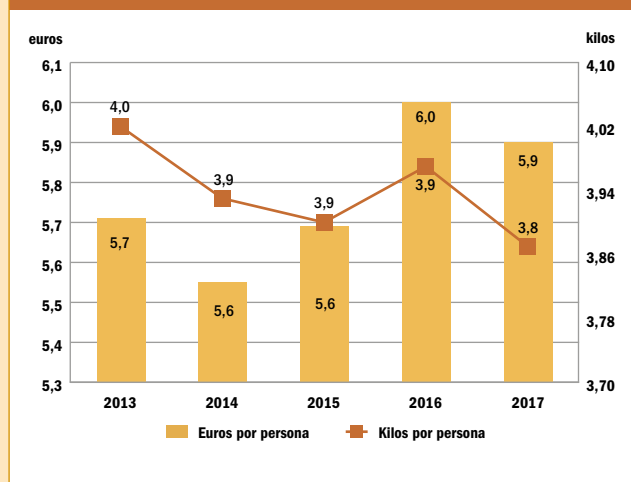
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de arroz, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, entre las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Comunidad Valenciana, Baleares y la Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, La Rioja y Extremadura. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

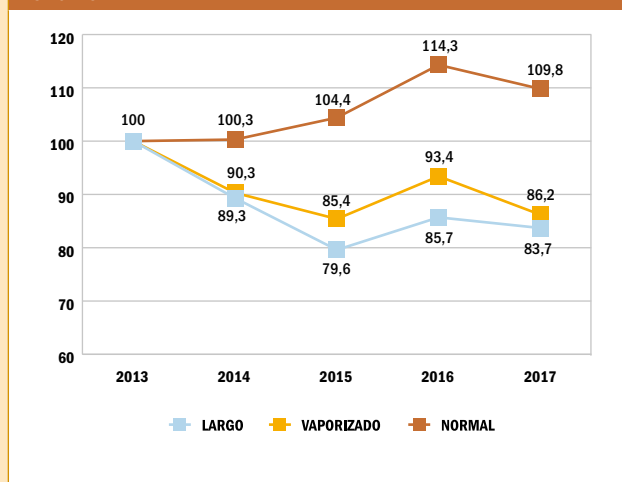
Durante los últimos cinco años, el consumo de arroz se ha mantenido estable, con alguna pequeña variación, mientras que el gasto ha aumentado 20 céntimos de euro por persona. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (4 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (6 euros por consumidor).

En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de arroz normal experimenta un crecimiento, mientras que en el arroz vaporizado y en el largo se produce un descenso.

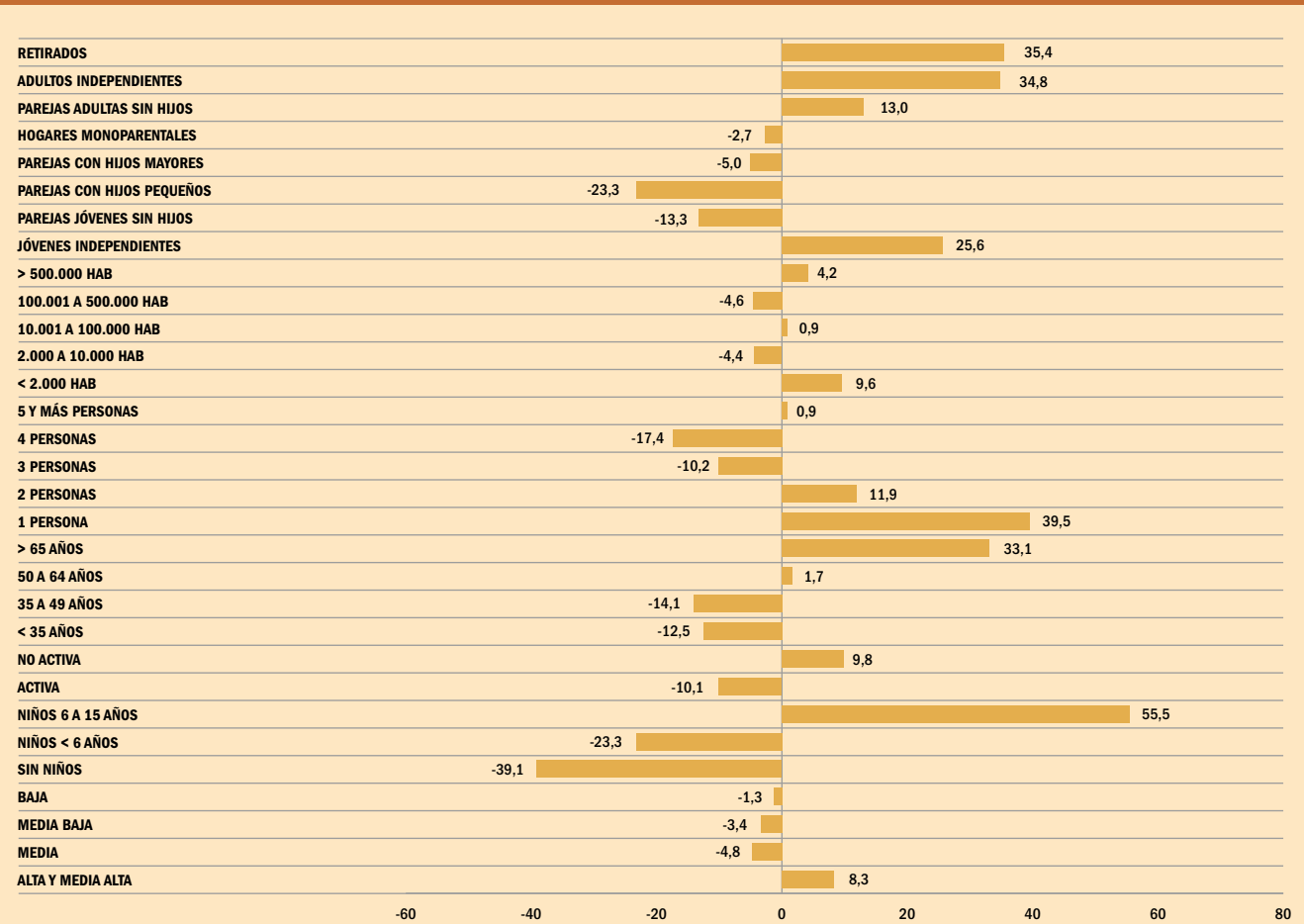
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ARROZ, 2013-2017



#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ARROZ (2013=100), 2013-2017

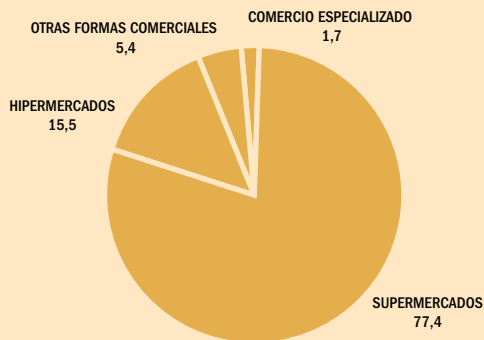


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ARROZ EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***



\* Media nacional = 3,9 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017**



**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de arroz a los supermercados (79,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 14,1% y los establecimientos especializados llegan al 1,7%. Las otras formas comerciales concentran un 4,7% de la cuota de venta global. ○



## Arròs del Delta de l'Ebre<sup>®</sup> (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 del

taica 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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

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

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

## Arroz de Valencia<sup>®</sup>

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 Pegó y Oliva. El cultivo en áreas protegidas ofrece un producto exclusivo y natural, con garantía de calidad y mantiene viva una

tradicción que se inició en Valencia hace ya más de 1.200 años.

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

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

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

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





## LEGUMBRES

Las 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. Más en concreto, se consideran legumbres las semillas que contienen las plantas de la familia de las leguminosas, que es muy amplia, aunque las plantas utilizadas para la alimentación humana y animal son relativamente pocas.

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 hace más de 10.000 años.

Por su lado, la familia de las leguminosas está formada por casi 19.000 especies. 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).

Dentro de las leguminosas grano se diferencian las destinadas más al consumo humano (judías secas, lentejas y garbanzos) y las destinadas al consumo animal (vezas y yeros). También pertenecen a la familia de las leguminosas, las proteaginosas (guisantes secos, altramuza dulce, habas y haboncillos). ●

### CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

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

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMINOSAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017
JUDÍAS SECAS	17,1	17,8	19,8
LENTEJAS	23,2	29,8	18,5
GARBANZOS	27,3	37,4	39
GUISANTES SECOS	193,4	274	194,3

FUENTE: MAPA

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

	2015	2016	2017
MUNDO	5.485	6.316	4.000
UE	50	53	33
<b>ESPAÑA</b>	<b>23,2</b>	<b>29,8</b>	<b>18,5</b>

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2015	2016	2017
CASTILLA-LA MANCHA	20,1	22	<b>15,8</b>
CASTILLA Y LEÓN	2,5	7,4	2,3
OTRAS CC.AA.	0,6	0,4	0,4
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>23,2</b>	<b>29,8</b>	<b>18,5</b>

FUENTE: MAPA

*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 hace más de 10.000 años*

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 poca 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.

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

	2015	2016	2017
MUNDO	34.000	35.000	38.863
UE	298	308	342
<b>ESPAÑA</b>	<b>17,1</b>	<b>17,8</b>	<b>19,8</b>

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	0,1	0,1	0,1
ASTURIAS	0,6	0,7	0,6
CASTILLA-LA MANCHA	0,1	0,1	0,1
CASTILLA Y LEÓN	9,7	10,3	12,7
COMUNIDAD VALENCIANA	0,1	0,1	0,1
GALICIA	4,4	4,3	4,3
PAÍS VASCO	0,8	0,8	0,7
OTRAS CC.AA.	1,3	1,4	1,2
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>17,1</b>	<b>17,8</b>	<b>19,8</b>

FUENTE: MAPA

**IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Miles de toneladas)**

PRODUCTO	2015	2016	2017
JUDÍAS	53,6	48,2	39,6
LENTEJAS	65,7	67,1	74,7
GARBANZOS	51,2	44,7	41,8
HABAS	17	23	32

FUENTE: D.G. Aduanas



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

**PRODUCCIÓN NACIONAL**

En la campaña de comercialización 2017, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 498.400 hectáreas, un 13% menos que en la campaña anterior, que también registró un descenso importante de las siembras.

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

Sin embargo, pese a este aumento de las siembras la producción de todos estos cultivos fue inferior a la del año anterior, pues se produjeron 457.000 toneladas en total, un 27% menos.

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. ○

**GARBANZOS Y LENTEJAS**

En España, la superficie sembrada de garbanzos en 2017 fue de 39.800 hectáreas, (6.000 hectáreas más que en 2016), y la de lentejas de 36.300 hectáreas (también muy superior). Por su lado, la cosecha de lentejas en 2017 se situó en 18.500 toneladas (38% menos) y la de garbanzos en 39.000 toneladas de garbanzos (4% más que en 2016).

En la producción de lentejas destaca Castilla La Mancha, que monopoliza el 80% del total nacional, con la provincia de Cuenca a la cabeza. Por su lado, en el cultivo de garbanzos destaca Andalucía, con el 74% del total en 2017, seguida de Castilla y León, que produjo el 11% del total nacional de garbanzos, así como también el 12% de las lentejas.

Al igual que sucedió en España, en la Unión Europea la producción de lentejas y garbanzos disminuyó en 2017.

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

y la producción anual ronda los 4 millones de toneladas (la producción mundial de garbanzos supera con creces los 12 millones de toneladas al año).

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 Fuente-saúco (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 (Zamora), 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. ○

## AUMENTAN LAS JUDÍAS

En 2017 se sembraron en España un total de 9.900 hectáreas de judías, una superficie superior a la del año precedente, año en el que también se produjo un incremento de las siembras. Asimismo, la producción ascendió a 19.800 toneladas, un 11% más (en los años 2015 y 2016, la producción también creció significativamente).

Por regiones, Castilla y León, principalmente la provincia de León, es la que cuenta con mayor producción (más de la mitad del total en 2017), seguida de Galicia.

En la Unión Europea la producción de judías secas se incrementó en 2017, en consonancia con la evolución de la cosecha en España.

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

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

	2015	2016	2017
MUNDO	11.036	12.093	12.700
UE	45	63	66
<b>ESPAÑA</b>	<b>27,3</b>	<b>37,4</b>	<b>39</b>

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	15,7	25,7	29,1
CASTILLA-LA MANCHA	2,6	4,2	2,3
CASTILLA Y LEÓN	6	5,1	4,5
EXTREMADURA	2	1,4	2
OTRAS CC.AA.	1	1	1,1
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>27,3</b>	<b>37,4</b>	<b>39</b>

FUENTE: MAPA

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

	2015	2016	2017
MUNDO	12.043	14.363	10.200
UE	2.127	2.302	1.632
<b>ESPAÑA</b>	<b>193,4</b>	<b>274</b>	<b>194,3</b>

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	10,3	14,1	19,3
ARAGÓN	38,3	32	29,7
CASTILLA-LA MANCHA	67,6	91,7	68,1
CASTILLA Y LEÓN	43,7	91,5	24,7
EXTREMADURA	10,9	8,2	8,2
OTRAS CC.AA.	22,6	36,5	44,3
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>193,4</b>	<b>274</b>	<b>194,3</b>

FUENTE: MAPA



pinet, pinta, canela, canellini, negreta, morada, judía del Barco de Ávila, de La Bañeza (León), etc.

Las judías pochadas 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 insuficientes para atender la demanda interior.

En 2017 volvieron a caer sensiblemente las importaciones españolas de judías secas en consonancia con el aumento de la producción, mientras que, por el contrario, se incrementaron las de lentejas (un 11% hasta un total de 74.700 toneladas). Asimismo, en contra de lo sucedido un año antes, las compras de garbanzos se redujeron hasta situarse en 41.800 toneladas. ○

### OTRAS PRODUCCIONES

Además de las legumbres, en el grupo de leguminosas más cultivadas en España están los yeros y las vezas, destinadas a la alimentación animal. En 2017 se sembraron en España 125.400 y 66.500 hectáreas, respectivamente de vezas y de yeros.

La producción de vezas rondó las 80.300 toneladas (muy por debajo de la producción de 2016, que fue muy buena) y la de yeros las 51.500 toneladas, también muy por debajo también de la producción del año anterior.

Otros cultivos leguminosos son las proteaginosas (guisantes, habas, haboncillos y altramuces). En general, en 2017 la superficie cultivada aumentó y las producciones no fueron uniformes. Más de la mitad de la superficie destinada a estos cultivos estaba en Castilla y León y también fueron importantes las cosechas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Extremadura y Aragón.

El consumo de proteaginosas en España se estima en unas 350.000 toneladas. El mayor consumo se centra en el guisante, tanto de producción nacional como importado. Casi el 100% de los guisantes secos que se comercializan en España se destina a la alimentación animal, pero buena parte de las almortas y los yeros que se producen en España se utilizan

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	222,70
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	142,94
Grupo Riberebro *	110,00
Selección de Productos Leoneses, S.A.	64,00
Legumbres Luengo, S.A.	58,75
Bonduelle Ibérica, S.A.U. *	33,24
Acico, S.A. *	32,00
Ferrer Segarra, S.A. *	23,00
Taboada Grupo Alimentario, S.L. *	22,61
Legumbres La Cochura, S.A.	15,10

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

*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 insuficientes para atender la demanda interior*

también, en pequeñas cantidades, para la preparación de tortas, gachas y hasta panes.

En el sur del país, especialmente en Andalucía y en Extremadura, el altramuz se utiliza como aperitivo, eliminando la lupotoxina, una sustancia que le da su amargor característico. Por su lado, las legumbres de inferior calidad (como ocurre con los garbanzos muy duros) pasan a la alimentación animal. ○





## LEGUMBRES

El mercado español de legumbres ha registrado un nuevo dinamismo, después de muchos años de atonía. La búsqueda de productos saludables parece estar dando una segunda oportunidad a unos alimentos que habían perdido atracción para los consumidores. Se estima que durante el último año, las ventas de legumbres crecieron en un importante 5,4% en volumen y en algo más de un 11,7% en valor, lo que indica que se las demandas se concentran en las ofertas de más calidad y con un más elevado valor añadido.

Otro dato significativo es que las ventas de legumbres cocidas han superado por primera vez a las de legumbres secas. Así, en el mercado doméstico las primeras llegaron hasta cerca de las 69.200 toneladas, mientras que las segundas se quedaron por debajo de las 69.050 toneladas. Hay que tener en cuenta que hace cinco años, las ventas de legumbres secas superaban en un 22% a las de cocidas. Los garbanzos son la legumbre cocida más demanda, con unas cuotas del 48% del total en volumen y del 46,7% en valor. A continuación se sitúan las alubias, con porcentajes respectivos del 37,7% y del 37,6% y las lentejas, con el 12,7% en volumen y el 13,1% en valor. Mucha menos importancia tienen los judiones (1,4% y 2,4%) y las habas y combinados, con porcentajes en torno al 0,2% en volumen y valor. En el caso de las legumbres secas, las lentejas acaparan el 43,3% del total de ventas en valor. A continuación aparecen los garbanzos, con el 31,1%, y las alubias, con el 25,2%. Las otras ofertas apenas suponen el restante 0,4%. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas de legumbres ha experimentado algunos cambios significativos que están relacionados con el nuevo dinamismo del mercado. Así, se ha registrado un significativo proceso de concentración que ha terminado consolidando dos grandes grupos en la cúspide de la pirámide empresarial, mientras que también se ha dado un nuevo impulso a las marcas de distribución que controlan ya el 76,5% de todas las ventas en volumen de legumbres cocidas y cerca del 66,5% en valor, mientras que la primera oferta marquista alcanza unos porcentajes respectivos del 11,4% y del 12,7%. La primera empresa del sector en el grupo de legumbres cocidas registra un volumen de producción de 26.000 toneladas, mientras que la segunda llega hasta las 20.000 toneladas. En el caso de las legumbres secas, las posiciones se invierten y el principal operador se



sitúa en 45.885 toneladas (97,8% envasado), mientras que el segundo alcanza las 37.000 toneladas (94,6% envasado). Las otras empresas presentan cifras mucho menos importantes, ya que la tercera dentro de las legumbres cocidas se sitúa en unas 13.500 toneladas, mientras que entre las legumbres secas ronda las 12.000 toneladas. Todos los principales grupos del sector son de capital esencialmente español. ○

### COMERCIO EXTERIOR

La producción española de legumbres ha crecido durante el último ejercicio computado en un 18,2%, hasta llegar hasta las 78.000 toneladas, pero está todavía muy por debajo de las demandas del mercado interior, por lo que las importaciones constituyen un recurso estratégico para la supervivencia del sector. Se importan anualmente 61.170 toneladas de lentejas, por un valor de 64,7 millones de euros, a las que hay que añadir 54.500 toneladas de alubias (55,3 millones de euros) y algo más de 44.700 toneladas de garbanzos, por un valor superior a los 50,7 millones de euros. En el caso de las lentejas nuestros principales proveedores son Canadá (36.310 toneladas), Estados Unidos (26.130 toneladas) y Portugal (1.950 toneladas), mientras que en el de las alubias destacan Argentina (34.100 toneladas), China (4.570 toneladas) y Canadá (3.490 toneladas), y en el de los garbanzos, México (18.580 toneladas), Estados Unidos (13.700 toneladas) y Argentina (7.500 toneladas). Las importaciones españolas de legumbres experimentaron un descenso interanual del 6,7%, quedándose en torno a unas 166.000 toneladas.

Por su parte, las exportaciones duplicaron ampliamente su volumen de negocio, llegando hasta las 13.000 toneladas, básicamente de legumbres secas, dirigidas a otros países europeos y del Magreb. ○

## CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 142,6 millones de kilos de legumbres y gastaron 267,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,1 kilos de consumo y 5,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,2 kilos por persona y año), mientras que las alubias y las lentejas alcanzan 0,9 kilos por persona en cada caso. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 37,3% del gasto, con un total de 2,2 euros por persona; las alubias el 32,2%, con un total de 1,9 euros; y las lentejas, el 28,8% y un total de 1,7 euros. ○



### CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL LEGUMBRES</b>	<b>142,6</b>	<b>3,1</b>	<b>267,5</b>	<b>5,9</b>
LEGUMBRES SECAS	71,0	1,6	163,0	3,6
LEGUMBRES COCIDAS	71,6	1,6	104,5	2,3
GARBANZOS	56,8	1,2	100,0	2,2
ALUBIAS	42,1	0,9	85,5	1,9
LENTEJAS	42,1	0,9	76,3	1,7
LENTEJAS SECAS	31,9	0,7	60,5	1,3
LENTEJAS COCIDAS	10,2	0,2	15,9	0,3
OTRAS LEGUMBRES	1,6	0,0	5,7	0,1

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de legumbres, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de legumbres es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de legumbres es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de legumbres, mientras que los indi-

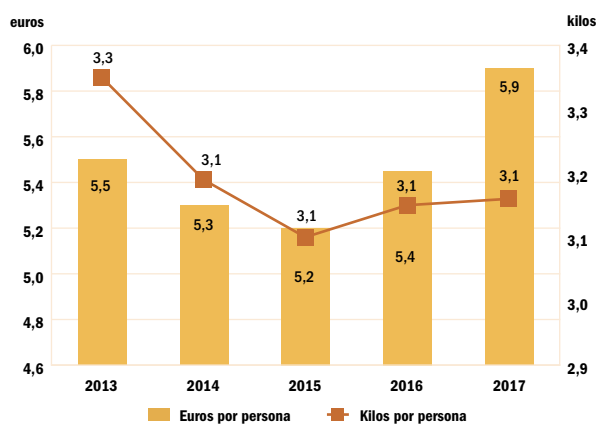
ces son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Navarra, Cantabria y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Extremadura y, sobre todo, Andalucía. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de legumbres ha caído 200 gramos por persona y el gasto ha aumentado 40 céntimos de euro per cápita con respecto a 2013. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (3,3 kilos por persona al año), mientras que el gasto más alto tuvo lugar en el ejercicio 2017 (5,9 euros por consumidor).

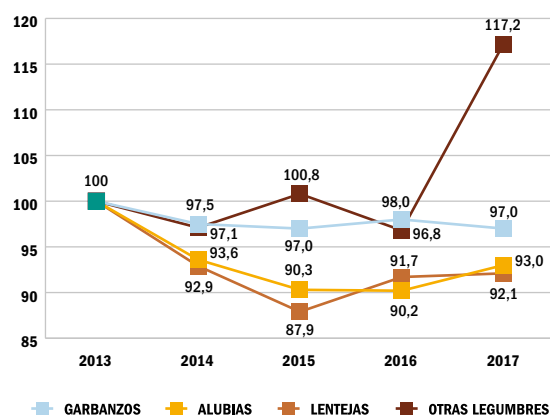
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LEGUMBRES, 2013-2017



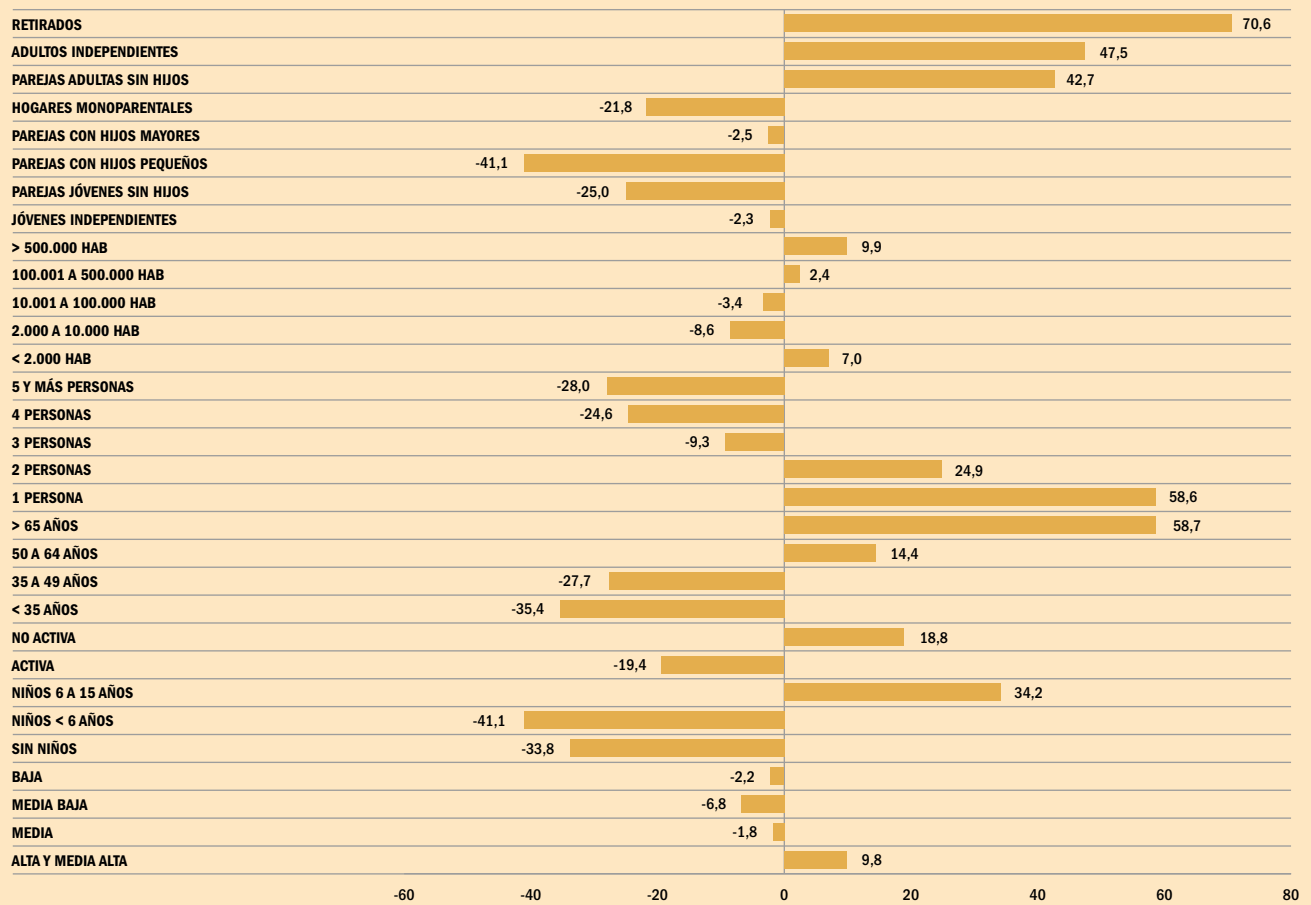
En la familia de legumbres, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2012, el consumo de otras legumbres aumenta y, por el contrario, en garbanzos, alubias y lentejas se produce un descenso.



#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LEGUMBRES (2013=100), 2013-2017

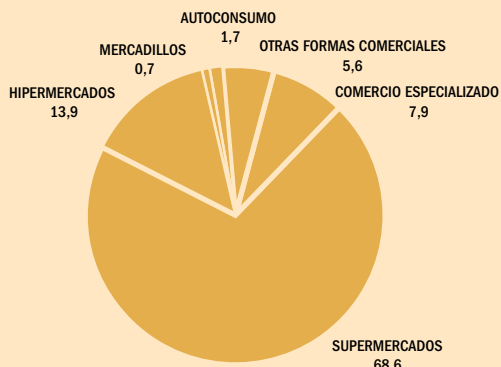


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LEGUMBRES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 3,1 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (70,4% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,9% y los establecimientos especializados llegan al 7,9%. El autoconsumo supone el 1,5% y los mercadillos el 0,7%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 5,6% restante. ○





## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

GARBANZO DE ESCACENA \*

## ASTURIAS

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA ASTURIANA ◊

## CASTILLA Y LEÓN

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GARBANZO DE FUENTESAÚCO ◊

JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA ◊

LENTEJA DE LA ARMUÑA ◊

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN ◊

LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS ◊



## 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



## CATALUÑA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MONGETA DEL GANXET ◊

FESOLS DE SANTA PAU ◊

## GALICIA

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA DE LOURENZÁ ◊



\* Denominación en tramitación  
◊ Inscrita en el Registro de la UE

## Alubia de La Bañeza-León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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



## 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 14 productores y 8 envasadores-elaboradores. La superficie de cultivo es de unas 33,7 hectáreas con una producción de 17.000 kilos.

## Garbanzo de Escaceneda®

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<sup>®</sup>

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 Fuen-

tesauco 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<sup>®</sup>

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 141 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 26 empresas inscritas, comercializan 96.000 kilos al año con IGP.

### Faba de Lourenzá

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción de habas amparadas por la indicación geográfica protegida Faba de Lourenzá abarca el territorio costero de la provincia de Lugo conocido como A Mariña Luguesa, comarca natural dividida administrativamente en tres comarcas: A Mariña Occidental, A Mariña Central y A Mariña Oriental,

y que engloba los ayuntamientos de Alfoz, Barreiros, Burela, Cervo, Foz, Lourenzá, Mondoñedo, 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<sup>®</sup>

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, Arroquina, Planchada y Judiñón 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<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La indicación ampara la producción de esta legumbre en la comarca de Tierra de Campos, que ocupa el sur de la provincia de León, norte de Valladolid, este de Zamora y oeste de

Palencia, en Castilla y León.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto amparado es la Pardina, la variedad principal de Castilla y León. El nombre pardina se asocia a su característico color pardo marrón. Su tamaño es pequeño, de entre 3,5 y 4,5 milímetros de diámetro, con un peso medio de 0,038 gramos por unidad. El color del cotiledón es amarillo, tiene poca harinosidad, poca granulosidad y gran mantecosisidad, 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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Todos los municipios de las comarcas del Vallès Occidental y el Vallès Oriental, nueve de la comarca del Maresme y cuatro de la comarca de La Selva.

**CARACTERÍSTICAS:** La DOP protege la judía (*Phaseolus vulgaris* L.) del tipo variedad "Ganxet", comercializada como legumbre seca, cocinada y en conserva. Presenta un grano blanco, ligeramente brillante,

aplanado y fuertemente arriñonada, con un peso medio de 50 g por cada 100 semillas. Presenta una humedad inferior al 15% y un contenido de proteína en semilla y de ácidos urónicos en la piel superiores a otras judías similares.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie cultivada de judía grano acogida a la DOP es de 30 hectáreas. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 8 almacenes y plantas de acondicionamiento, envasado, y 60 productores que comercializan 50.000 kilos de judía protegida por la denominación de origen.



## FRUTAS Y HORTALIZAS

España es una potencia mundial en producción de frutas y hortalizas, así como también en su comercialización. El cultivo de frutas y hortalizas agrupa gran variedad de modelos productivos, que van desde la producción intensiva de hortalizas en invernadero, hasta las tierras de secano donde se producen los frutos de cáscara o frutos secos.

La baza principal del sector hortofrutícola español es su alto grado de especialización y su capacidad para adaptarse a la demanda tanto en formatos como en variedades. Por el contrario, la principal debilidad del sector es la crisis de precios por la que atraviesan muchos productos, especialmente las hortalizas y los cítricos.

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

En el conjunto de España, la superficie dedicada a todos estos cultivos es de aproximadamente 1,5 millones de hectáreas, de las cuáles 600.000 hectáreas son de frutos cáscara y de las restantes 921.000 hectáreas, el 38% corresponde a hortalizas, el 34% a cítricos y el 28% a frutales no cítricos. En estas cifras están incluidas también las hectáreas dedicadas a la patata, que no es propiamente una hortaliza, sino un tubérculo.

Desde hace varios años, la evolución de las superficies dedicadas al cultivo de la patata y de las hortalizas se está reduciendo, al tiempo que se estabiliza la destinada a frutas.

Por su lado, la producción total de frutas, hortalizas y patatas en España supera los 30 millones de toneladas. De esta producción total, aproximadamente el 54% corresponde a hortalizas, el 24% a cítricos, el 11% a frutales no cítricos, el 9% a patatas y el 2% a frutos de cáscara.

De todas las producciones hortofrutícolas, el cultivo principal en volumen de producción y en superficie cultivada es el tomate, tanto para su consumo en fresco como para conserva. El valor de la producción española de frutas, hortalizas y patatas ascendió en 2017 a 18.547 millones de euros a precios básicos, un 2,7% más que en la campaña anterior, en la que se registró un notable descenso del valor generado por estas producciones. Además de todas las frutas y hortalizas, en estos datos publicados por el ministerio de Agricultura están incluidas también las patatas y las aceitunas de mesa.

Estas producciones agrícolas en conjunto (patatas y aceitunas incluidas) representaban en 2017 el 37,7% de la Pro-



ducción Final Agraria española (un porcentaje superior al del año precedente) y también el 64% de la Producción Vegetal, también un porcentaje inferior al del año 2015.

De todos los subsectores que componen el grupo, el que más aportó al conjunto en 2017 fue el de las hortalizas con 9.389,4 millones de euros (en 2016 su aportación se elevó a 8.790 millones de euros y fue el segundo sector en importancia). Las frutas, que fueron el primer subgrupo, aportaron 8.710 millones de euros (en 2016 llegaron a 8.927 millones de euros) y las patatas 447 millones de euros, frente a los 763 millones de euros del año 2016.

A grandes rasgos y sin entrar a analizar producto a producto, las producciones nacionales de hortalizas, patatas y frutas experimentaron en 2017 un incremento en volumen.

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en exportación de estas producciones. ●

### COMERCIO EXTERIOR

La exportación de frutas y hortalizas durante 2017 volvió a tener un resultado positivo. En total, el valor de la exportación española de frutas y hortalizas frescas aumentó un 1% respecto al año precedente, pues alcanzó los 12,6 millones de toneladas, según datos de la Dirección General de Aduanas.

En total (frutas y hortalizas) se vendió mercancía por un valor de 12.704 millones de euros, según los datos de Aduanas. Asimismo, en 2017 el volumen exportado aumentó un 0,5% hasta los 12,6 millones de toneladas.

Por productos, la exportación de hortalizas en 2017 se situó en 5.267 millones de euros, un 1% más que en 2016, con un volumen de 5,1 millones de toneladas, que supuso un

retroceso del 3,7% respecto al año precedente. Dentro de las exportaciones de hortalizas, las más exportadas fueron el tomate con 809.527 toneladas (un 11% menos respecto al año 2016, que también fue malo para esta hortaliza) y 1.003 millones de euros (un 3,7% más), lechuga con 761.905 toneladas (+1,4%) y 662,8 millones de euros (+1,2%), pimienta con 686.558 toneladas (-2,1%) y 954 millones de euros (+2,5%), pepino, con 626.689 toneladas (-0,7%) y 566,2 millones de euros (+3,4%) y coles con 446.895 toneladas (-4%) y 479,5 millones de euros (+4,8%)

En el capítulo de las frutas se produjo un aumento del 3,6% en el volumen exportado, que se situó en 7,4 millones de toneladas. Asimismo, el valor de venta de estas exportaciones aumentó hasta totalizar los 7.437 millones de euros.

Entre las frutas, los más vendidos en el exterior fueron los cítricos, las de hueso y los frutos rojos (incluida la fresa). En 2017 destacó el auge de los frutos rojos, especialmente la frambuesa, con 45.809 toneladas un 21% más) y el arándano, con 46.510 toneladas (un 27,4% más). En frutas de hueso, la principal especie exportada, el melocotón, registró un aumento del 12%, con 453.550 toneladas, aunque su valor cayó un 2,4% hasta los 376 millones de euros.

Mientras, las exportaciones de nectarina se situaron en 468.445 toneladas (un 13% más) y crecieron también las exportaciones de otras frutas como el caqui (un 10% más hasta 214.904 toneladas) y del aguacate, con 107.006 toneladas.

Diferenciando por destinos, el mercado de la UE supuso el 93% de las exportaciones españolas, con 11.760 millones de euros y un crecimiento del 1% respecto al año 2016.

Por su lado, las exportaciones extracomunitarias de frutas y hortalizas crecieron un 4% en volumen y un 3% en valor hasta alcanzar 830.642 toneladas y 944 millones de euros. El grueso de estas exportaciones se exporta a países de fuera de Europa y de entre estos países destaca Brasil como principal destino, si bien en 2017 sobresalieron Arabia Saudí y Canadá por el crecimiento de sus compras a España.

Por Comunidades Autónomas, Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que monopolizan el comercio de frutas y hortalizas. En 2017, las exportaciones de Andalucía alcanzaron los 3,6 millones de toneladas, prácticamente el mismo volumen que un año antes, si bien el valor de estas ventas se incrementó un 5% hasta los 4.914 millones de euros.

La Comunidad Valenciana vendió 3,7 millones de toneladas (un 2% menos que en 2016); la Región de Murcia, 2,5 millones de toneladas (casi igual que en 2016), Cataluña, un

millón de toneladas (con un crecimiento del 7%); Aragón 201.783 toneladas (un 11% más) y Extremadura 153.875 toneladas (un 7% menos).

En cuanto a la importación, en 2017 se mantuvo la tendencia creciente de los últimos años, con un incremento del 6% en volumen y del 8,6% en valor, hasta totalizar 3 millones de toneladas y 2.526 millones de euros.

La importación de frutas experimentó la mayor progresión en 2017 con relación a 2016, pues creció en volumen un 6,3% y un 10,2% en valor, ascendiendo a 1,7 millones de toneladas y 1.739 millones de euros.

El crecimiento interanual de las hortalizas fue del 5,7% en volumen y del 5,2% en valor, ascendiendo a 1,3 millones de

*Entre las frutas, los más vendidos en el exterior fueron los cítricos, las de hueso y los frutos rojos (incluida la fresa). En 2017 destacó el auge de los frutos rojos, especialmente la frambuesa*



toneladas y 786,8 millones de euros. Dentro de esas cifras está contemplada la patata, aunque no es una hortaliza. De hecho, en 2017 este tubérculo volvió a ser el más importado por España, seguido de la judía verde.

Desde el año 2013 se está observando un cambio de tendencia en el comercio de frutas y hortalizas, que está haciendo de España un país cada vez más importador.

La Unión Europea fue el principal proveedor de España, en cuanto a cantidades importadas y dentro de la UE, los países que más vendieron a España fueron Francia, Países Bajos, Portugal e Italia.

Fuera de la UE destacaron las ventas de frutas y hortalizas procedentes de Marruecos, Brasil, Argentina y Costa Rica. ○

### PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN LA UE

Liderada por Italia y España, la Unión Europea es una potencia mundial en producción de frutas, hortalizas y patatas. El valor final de las cosechas de frutas y hortalizas en los países de la UE superó en 2017 los 76.300 millones de euros, que sumados a la aportación del sector de la patata superaron los 86.500 millones de euros, cifra por encima del valor del año 2016.

Con relación a la Producción Final Agraria europea, el sector hortofrutícola (incluida la patata) aportó en 2017 el 24% del total, un porcentaje sin embargo muy inferior al que representa en países con gran producción como es el caso de España.

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

En cuanto a las producciones hortícolas, sin incluir las patatas -que por sí solas suponen casi 55 millones de toneladas- el volumen supera anualmente los 60 millones de toneladas, abarcando gran diversidad de cultivos.

A pesar de la reducción que ha sufrido el sector, cerca del 20% de la producción total de hortalizas en la Unión Europea corresponde a la cosecha de tomates y también son importantes a nivel comunitario las producciones de cebolla y zanahoria.

Por países, Italia es el que más produce si bien España, el segundo país en el ranking comunitario de producción de frutas y hortalizas, cuenta con la mayor superficie destinada a estos cultivos (cerca del 17% del total de la superficie cultivada de hortalizas y del 27% en frutas).



Entre las producciones hortícolas, España destaca dentro de la UE por sus cosechas de pepino y calabacín, mientras que entre las frutas sobresalen los cítricos, el melocotón y la 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, creció en el año 2017 un 8% en valor, según los datos de la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat)

Según estos datos, que recogen la información disponible de enero a octubre de 2017, la exportación intracomunitaria ascendió a de 28,5 millones de euros.

España sigue siendo el primer proveedor de frutas y hortalizas de la UE, con aproximadamente el 31% del total comercializado en 2017. Sin embargo, la cuota de mercado de España ha ido cayendo en los últimos años, al contrario de lo que ha sucedido con Países Bajos, que ya representan el 28% de la cuota de mercado.

Italia fue en 2017 el tercer proveedor de frutas y hortalizas dentro del mercado comunitario, con aproximadamente el 10% del comercio, seguido de Bélgica y Francia. ○

## 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.

Al igual que en el año anterior, en 2016 el sector de las frutas registró un retroceso en la cantidad producida (1,2%). Asimismo, los precios medios bajaron un 1,2%, según los datos publicados por el ministerio de Agricultura a efectos de calcular la renta agraria. El valor de las frutas ascendió a 8.710,2 millones de euros a precios básicos (frente a los 8.927,4 millones del año anterior) y el sector representó en 2017 el 17,7% de la Producción Final Agraria (casi 2 puntos porcentuales menos que en el año precedente) y el 30% de la Producción Vegetal, también un porcentaje inferior al de 2016.

Por su lado, en la UE las dos producciones mayoritarias dentro de las frutas son la manzana (muy extendida por todo el territorio comunitario, especialmente en los países del norte) y la naranja (que se concentra en los países de la cuenca mediterránea). En 2017, la producción de frutas alcanzó un valor de 24.702 millones de euros, el 12,4% de la Producción Vegetal final y el 6,8% de la Producción Agraria final, porcentajes superiores a los del año precedente. ●

### 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, arándanos, 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 2017 aumentó por cuarto año consecutivo la producción de sandías (2%) que superó los 1,11 millones de toneladas, mientras que la de melón se redujo de nuevo (6%) hasta quedar en 611.400 toneladas.

Por su lado, la producción de fresas y fresones disminuyó de nuevo en 2017 un 5%, hasta las 360.400 toneladas, después de que en el año anterior se produjera un aumento de la producción nacional muy considerable,

A nivel europeo se produjo también un aumento de la producción de sandía por la aportación española, así como también un descenso en la cosecha de melones. ○

### FRUTAS DE PEPITA

Las frutas de pepita son muy sensibles a los cambios climáticos y por eso las cosechas varían mucho de un año a otro. Constituyen el grueso de fruta dulce, pues entre la manzana y la pera aportan prácticamente el 40% de toda la producción. En este sentido, las dos principales producciones de frutas de pepita a nivel mundial son las peras y las manzanas, pero en nuestro país cada vez van ganando terreno otras producciones como la uva de mesa, el níspero o el membrillo.

*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*



# UNA SENSACIÓN ÚNICA



CALIDAD PLACER CUIDADO  
TEXTURA ENERGÍA SABOR VARIEDAD  
CUIDADO ÚNICA CALIDAD  
VARIEDAD TEXTURA  
SABOR



GENERALITAT  
VALENCIANA  
Consellens d'Agricultura,  
Medi Ambient, Canvi Climàtic  
i Desenvolupament Rural





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

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017
AGUACATE	79,9	83,7	91,5	100,8
ALBARICOQUES	136,4	153,7	139,6	163,7
CEREZAS-GUINDAS	111,8	86,7	100,5	100,2
CIRUELAS	232,8	217,3	193,6	178,9
FRESAS-FRESONES	292	399,2	377,6	360,4
MANZANAS DE MESA	544	513,7	541,7	515,4
MELOCOTONES	931	964,1	903	1.025
MELONES	751	692,1	649,8	611,4
NECTARINA	642,6	617,8	518,8	638,7
PERAS	427,6	355,4	349,2	358,1
PLÁTANOS	363,6	382	408,7	416,2
SANDÍAS	923	1.039,7	1.092	1.115
UVAS DE MESA	233	251,8	271,6	266,2

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	637,1	637	659
BALEARES	10,9	10,8	12,3
CASTILLA-LA MANCHA	112	109	113,4
CATALUÑA	7,2	5,9	7,3
COMUNIDAD VALENCIANA	65,8	78,9	75,4
EXTREMADURA	20,4	13	12
MURCIA	172	206,2	221,8
OTRAS CC.AA.	14,3	31	13,8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.039,7</b>	<b>1.092</b>	<b>1.115</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	111.009	113.708	117.023	119.482
UE	2.685	2.870	2.855	2.915
<b>ESPAÑA</b>	<b>923</b>	<b>1.039,7</b>	<b>1.092</b>	<b>1.115</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	389,8	367,6	350,6
CATALUÑA	2,3	2,7	2,6
OTRAS CC.AA.	7,1	7,3	7,2
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>399,2</b>	<b>377,6</b>	<b>360,4</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	8.114	8.744	9.118	8.707
UE	1.220	1.366	1.263	1.206
<b>ESPAÑA</b>	<b>292</b>	<b>399,2</b>	<b>377,6</b>	<b>360,4</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	169,3	147,5	147,3
BALEARES	4,7	4,6	5,3
CASTILLA-LA MANCHA	224,8	222,5	202
CATALUÑA	4,8	5,4	5,5
COMUNIDAD VALENCIANA	43,8	40,3	38,3
EXTREMADURA	42	24,5	17,5
MADRID	5,1	5,1	7,6
MURCIA	189	227,2	179,5
OTRAS CC.AA.	8,6	27	8,4
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>692,1</b>	<b>649,8</b>	<b>611,4</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	29.626	29.975	31.167	29.320
UE	1.753	1.800	1.739	1.636
<b>ESPAÑA</b>	<b>751</b>	<b>692,1</b>	<b>649,8</b>	<b>611,4</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA





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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	8,3	8	7,8
ARAGÓN	53	67,5	63,5
CATALUÑA	147,7	133,9	140,4
COMUNIDAD VALENCIANA	5,7	5,1	5,4
EXTREMADURA	11,6	8,3	6,3
LA RIOJA	57	57,3	57
MURCIA	23,7	24,2	25,2
OTRAS CC.AA.	48,4	45	52,5
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>355,4</b>	<b>349,2</b>	<b>358,1</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	25.798	26.763	27.346	28.000
UE	2.426	2.394	2.173	2.148
<b>ESPAÑA</b>	<b>427,6</b>	<b>355,4</b>	<b>349,2</b>	<b>358,1</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	15,8	19	15
COMUNIDAD VALENCIANA	86,6	79,3	66,4
MURCIA	144,7	169	180
OTRAS CC.AA.	4,7	4,3	4,8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>251,8</b>	<b>271,6</b>	<b>266,2</b>

FUENTE: MAPA


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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	9	9	8,9
ARAGÓN	86,6	91,8	98,9
ASTURIAS	2,5	1,2	1,9
CASTILLA-LA MANCHA	3	2	1,9
CASTILLA Y LEÓN	38,5	34,9	26,4
CATALUÑA	277,8	306,4	302
COMUNIDAD VALENCIANA	10,3	8,6	9,8
GALICIA	53	53,1	57,6
MURCIA	1,7	1,9	2
PAÍS VASCO	5,7	3,4	3
OTRAS CC.AA.	25,6	29,4	3
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>513,7</b>	<b>541,7</b>	<b>515,4</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	84.630	86.222	89.329	84.400
UE	12.510	12.265	11.779	9.343
<b>ESPAÑA</b>	<b>544</b>	<b>513,7</b>	<b>541,7</b>	<b>515,4</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ARAGÓN	17,8	38,7	24,8
COMUNIDAD VALENCIANA	14,3	12,7	18
MURCIA	93,4	89,4	90,9
OTRAS CC.AA.	28,2	19	30
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>153,7</b>	<b>159,6</b>	<b>163,7</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	3.365	3.965	3.882	4.550
UE	775,3	710	634	744
<b>ESPAÑA</b>	<b>136,4</b>	<b>153,7</b>	<b>139,6</b>	<b>163,7</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	7,3	6,2	5,8
ARAGÓN	25,8	38,7	24,8
CATALUÑA	8	8	7,5
EXTREMADURA	27,3	25,9	40,2
OTRAS CC.AA.	18,3	23,7	21,9
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>86,7</b>	<b>100,5</b>	<b>100,2</b>

FUENTE: MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	41,6	39,8	34
ARAGÓN	9	9,3	7
COMUNIDAD VALENCIANA	6,5	7,8	10
EXTREMADURA	112	92,7	92
MURCIA	21,3	21,2	15
OTRAS CC.AA.	26,9	22,8	20,9
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>217,3</b>	<b>193,6</b>	<b>178,9</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	2.246	2.254	2.318	2.300
UE	656	601	531	529
<b>ESPAÑA</b>	<b>111,8</b>	<b>86,7</b>	<b>100,5</b>	<b>100,2</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	11.283	11.630	12.051	11.100
UE	1.532	1.408	1.486	1.370
<b>ESPAÑA</b>	<b>232,8</b>	<b>217,3</b>	<b>193,6</b>	<b>178,9</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	69,3	58,8	55,8
ARAGÓN	245,6	268	301,5
CASTILLA-LA MANCHA	32,5	38,8	38,5
CATALUÑA	221,2	222	235,4
COMUNIDAD VALENCIANA	13,6	15,3	23,6
EXTREMADURA	74	50,6	80
LA RIOJA	10,8	10,5	10
MURCIA	271	214,7	254
NAVARRA	12,6	10,6	12,5
OTRAS CC.AA.	14	14	14
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>964,1</b>	<b>903</b>	<b>1.025</b>

FUENTE: MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	82,8	56,3	55,3
ARAGÓN	147,6	167,8	137,7
CATALUÑA	159,5	154,8	170,6
COMUNIDAD VALENCIANA	21,6	10,6	12
EXTREMADURA	78	59	82
MURCIA	121,6	81,4	117
OTRAS CC.AA.	7	11	64
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>617,8</b>	<b>518,8</b>	<b>638,7</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	22.796	24.380	24.977	28.100
UE	4.320	4.361	4.166	4.700
<b>ESPAÑA</b>	<b>931</b>	<b>964,1</b>	<b>903</b>	<b>1.025</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	114.130	115.239	113.280	115.200
UE	656	415	413	420
<b>ESPAÑA</b>	<b>363,6</b>	<b>382</b>	<b>408,7</b>	<b>416,2</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA





En España, la uva de mesa, o uva para consumo en fresco, tiene una técnica de cultivo distinta de la de la uva para vinificación. Las variedades específicas para mesa (aledo, italia, rosetti, ohanes, napoleón, seedless, cardinal, etc.) suelen cultivarse en vides armadas en parra o tutoradas por un emparrado, a fin de evitar el contacto con el suelo. En algunas variedades se suelen proteger con bolsas los racimos, tanto para evitar cualquier posible fecundación no deseada, como para proteger al fruto.

Los nísperos son técnicamente frutas de pepita, aunque presentan una o varias semillas con un aspecto similar a las almendras de los frutos de hueso.

En la campaña 2017, al contrario que en el año precedente, la producción nacional de pera aumentó (3%) hasta 358.100 toneladas, y por el contrario, la de manzana de mesa disminuyó su producción (5%) hasta 515.400 toneladas. A estas producciones habría que añadir la cosecha de manzana destinada a sidra, que fue muy superior a la del año precedente (98.200 toneladas, casi 8.000 toneladas más).

A nivel mundial, las dos variedades de manzana más extendidas son golden y gala. La campaña en general fue peor que la del año 2016. Por su lado, en la UE se produjeron 9,4 millones de toneladas de manzanas en 2017, un volumen notablemente inferior (21%) al del año anterior.

En cuanto a la pera, los resultados mundiales fueron mejores, al contrario que en la UE, donde la cosecha quedó en 2,1 millones de toneladas.

Por su parte la cosecha de uva de mesa se redujo un 2% hasta situarse en 266.200 toneladas. En la campaña precedente se produjo un notable incremento en la cosecha de esta fruta. En nuestro país se cultivan uvas de mesa blancas y rojas, con



## **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](http://www.giropoma.com)



y sin pepita. En el año 2017 había dedicadas a este cultivo unas 13.200 hectáreas.

Respecto a la UE, la cosecha de uva de mesa fue mayor debido a que España es el país que aporta la mayor parte de la producción.

Además de estas producciones mayoritarias, en España también hay otras producciones de pepita como son el membrillo, al que se dedicaron en 2017 un total de 756 hectáreas y cuya producción se destina principalmente a la industria de cara a la elaboración de carne de membrillo y mermelada.

Respecto al comercio exterior de estas frutas, al igual que en años anteriores, en 2017 las exportaciones manzana disminuyeron un 3,6% hasta situarse en 123.086 toneladas por un valor de 84,8 millones de euros (un 14,5% menos), mientras que por el contrario aumentaron espectacularmente las ventas al exterior de peras (un 29,4%, hasta 119.000 toneladas).

En cuanto a las importaciones, la manzana es una de las frutas más relevantes, si bien en 2017 las importaciones descendieron y se situaron en unas 191.800 toneladas. Por su parte, las importaciones de peras ascendieron 41.930 toneladas. ○

## FRUTAS DE HUESO

Las producciones de fruta de hueso representan en torno al 30% de la cosecha nacional de frutas dulces y, como en el caso de las de pepita, su productividad anual varía mucho dependiendo de la climatología, especialmente en las producciones más tempranas.

Los melocotones y nectarinas han diversificado sus períodos productivos, escalonando variedades, desde abril a noviembre. Los albaricoques, en cambio, tienen un período comercial más corto, desde abril hasta mediados del verano, mientras que las cerezas también se escalonan desde abril a octubre. Al contrario que en las dos campañas precedentes, para el conjunto de la fruta de hueso el balance de 2017 fue positivo en producción, si bien algunas de las cosechas fueron peores. La suma de las cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, guinda y ciruela rondó los 2 millones de toneladas y fue superior en un 19% a la cosecha total de fruta de hueso en 2016.

Así, la cosecha de melocotón quedó en 1,025 millones de toneladas (14% más); la de nectarina en 638.700 toneladas (23% más); la de albaricoque en 163.700 toneladas (17% más) y la de cereza y guinda en 100.200 toneladas, prácticamente la misma cantidad que en 2016.

Finalmente, la producción de ciruela quedó en 178.900 toneladas (8% menos), el nivel más bajo de las últimas cinco campañas.

Respecto al comercio exterior en 2017, las exportaciones de albaricoques aumentaron un 11% (se vendieron unas 88.996 toneladas), mientras que las de ciruela volvieron a caer por el descenso de la oferta (un 10% hasta 98.600 toneladas).

También fueron menores las ventas al exterior de melocotones (un 1%, hasta 441.300 toneladas) y aumentaron las de nectarinas, al igual que en 2016 (un 12% hasta 468.400 toneladas). La cereza por su parte vio subir sus ventas al exterior, al pasar de 23.657 toneladas en el año 2016 a 29.050 toneladas en el año 2017. ○

## 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 2017, al igual que en los años anteriores la producción se incrementó (10%) y superó las 100.800 toneladas. También se incrementaron las exportaciones de aguacate, en consonancia con la tendencia de años anteriores.

Por su lado, la producción de higos se redujo y se situó en 38.700 toneladas. La superficie destinada a higueras en España ascendía en 2017 a 21.627 hectáreas, la mayor parte de ellas en secano. En el conjunto del año 2017 se exportaron 2.837 toneladas de higos, muy por encima de las cifras del año 2016.

En cuanto al kiwi, la producción de 2017 descendió hasta 19.400 toneladas (un 9% menos que en 2016). La producción de kiwi se concentra en el norte de España, principalmente en Galicia y en Asturias. En 2017 la superficie dedicada a este frutal fue de 1.624 hectáreas y se exportaron cerca de 17.470 toneladas, más de 4.000 toneladas por debajo de las exportaciones del año 2016. ○

## 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 tiempo y también desde hace años los agricultores han empezado a apostar por otros cultivos como la papaya o el mango. En 2017 España contaba ya con 2.408 hectáreas de chirimoyo en producción (cifra ligeramente inferior a la del año 2016).

En 2017 había en España 4.723 hectáreas de mango (20 hectáreas menos que en 2016, que fue un año de crecimiento para el sector), 544 hectáreas de papaya (en 2016 había 419 hectáreas) y 111 hectáreas dedicadas al cultivo de la piña tropical.

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	5.028	5.347	5.567	6.100
UE	97	93	94	104
<b>ESPAÑA</b>	<b>79,9</b>	<b>83,7</b>	<b>91,5</b>	<b>100,8</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

*En las últimas décadas, el cultivo del granado se ha ido recuperando y en 2017 ya había 5.546 hectáreas en España, unas 100 hectáreas más que en 2016*

La producción de piña dio paso a unas exportaciones por encima de 31.080 toneladas en 2017. Asimismo, también se vendieron fuera 41.344 toneladas de mangos y guayabas. ○

### GRANADA, NÍSPERO Y CAQUI

El granado es un frutal que lleva muchos siglos en España. Extendido por el sureste del país principalmente, la producción se fue abandonando hasta casi desaparecer. En las últimas décadas, el cultivo del granado se ha ido recuperando y en 2017 ya había 5.546 hectáreas en España, unas 100 hectáreas más que en 2016. Además del consumo de la granada sin preparar, actualmente se comercializan preparados de esta fruta (zumos, etc.) que tienen mucha aceptación en el mercado.

Otro cultivo frutícola minoritario es el níspero, que se concentra principalmente en la Comunidad Valenciana. Este cultivo, que también está creciendo desde hace años, ocupaba en 2016 un total 1.796 hectáreas en España y cuenta con una marca de calidad reconocida que protege la producción: la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'en Sarrià. En la línea del níspero está el caqui, una producción minoritaria pero en clara posición de crecimiento. En 2016, la super-

ficie de caqui volvió a crecer considerablemente y se situó en 18.135 hectáreas (unas 460 hectáreas más que en 2016). 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 2017 se exportaron algo más de 214.900 toneladas de esta fruta que tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales. El comercio de caqui se concentra principalmente en el último trimestre del año y en 2017 se consiguió superar con creces la cifra de ventas del año precedente. ○

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

PRODUCTO	2015	2016	2017
AGUACATE	81,6	91,6	107
AJOS	149	162,6	165,8
ALBARICOQUES	79,8	80	88,9
ALCACHOFAS	14,5	10,9	11,5
APIO	87,8	60,6	84,8
BERENJENAS	159	152,8	143,9
CALABACINES	276	327,3	319,8
CAQUI	185	193,3	215
CEBOLLAS	353,8	356,7	336,8
CIRUELAS	108,7	109,2	98,6
COLES-BRÓCOLI	449,5	464,5	446,9
ESPÁRRAGOS	21,3	17,3	21,5
FRESAS	283	311	304
JUDÍAS VERDES	21,1	21,6	16,4
KIWIS	20	21,4	17,4
LECHUGAS	723,8	743	762
LIMONES	638,8	545,5	688,8
MANDARINAS	1.566	1.464	1.356
MANZANAS	121,6	129,2	123,1
MELOCOTONES	379,3	407,4	453,6
MELONES	434,7	444,4	441,3
NARANJAS	1.891	1.556,40	1.603,70
NECTARINA	470	418,8	468,5
PATATAS	286,8	282,6	294,6
PEPINOS	624,9	632	626,7
PERAS	96,6	92,5	119,6
PIMIENTOS DULCES	671,8	701,3	686,6
PLÁTANO	73,8	92,6	98,9
POMELOS	65,6	55,3	59,1
SANDÍAS	654,6	719,4	738,6
TOMATES FRESCOS	950	907,6	809,5
UVAS	149,1	157,1	143,5

FUENTES: D. G. de Aduanas

#### FRUTOS ROJOS

España cuenta también con una pujante producción de frutos rojos que año a año se van abriendo paso en la producción agraria. Después del espectacular crecimiento de la superficie de frambuesero cultivada en 2015 y 2016, en 2017 también se produjo un aumento, pero mucho más moderado. En concreto, la superficie registrada por el ministerio de Agricultura ascendía al acabar el año a 3.106 hectáreas, unas 5 hectáreas más que en 2016.

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 2017 totalizaron casi 94.000 toneladas, unas 14.000 más que un año antes.

El grueso fueron las ventas al exterior de frambuesas (45.809 toneladas, unas 8.000 más que en 2016, año en el que también aumentó la exportación en un volumen similar) y de arándanos (46.510 toneladas, unas 10.000 toneladas más que un año antes). También se exportaron unas 2.000 toneladas de grosellas, un volumen similar a otros años. ○

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

PRODUCTO	2015	2016	2017
AGUACATE	60,9	88	98
CEBOLLAS	41,5	31,1	53,7
JUDÍAS	108,5	147,2	112,1
KIWIS	148	150,8	217,5
LIMÓN	48,8	138,8	59,6
MANZANAS	203	161,5	191,8
MELONES	73	51,2	81,3
NARANJAS	132	109	173,5
PATATAS	682	229,1	780,9
PERAS	49,5	41	41,9
PIMIENTO	32,6	47	46,7
PIÑAS	143,5	156,6	168,7
PLÁTANO	228	155,6	306,9
TOMATES FRESCOS	168,5	102,3	188,9
UVA DE MESA	34,2	59,6	57,5

FUENTES: Departamento de Aduanas



Tras una gran marca,  
están siempre  
las personas.

En **Anecoop** somos productores y comercializamos nuestros productos.

Un trabajo conjunto de muchas personas que lleva los mejores frutos del campo a la mesa.

Este esfuerzo integrado nos ha permitido alcanzar el liderazgo como primer productor mundial de kakis con nuestra marca **PersiMon@Bouquet**.

El prestigio de una marca se gana por la gente que está tras ella.

**BOUQUET**

**persiMon®**

P.D.O. KAKI RIBERA DEL XÚQUER



**BOUQUET**

Cultivamos futuro



**Anecoop**





## 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.

Por cuarto año consecutivo, la producción de plátano en 2017 fue mejor que la del año anterior, ya que se registró un aumento del 2% y se produjeron 416.200 toneladas.

El grueso de la producción se comercializó en el mercado nacional, si bien al internacional se destina también una buena parte de la misma. Así, en 2016 se exportaron 98.943 toneladas de plátanos (un 7% más que un año antes, cuando la exportación creció más), mientras que

*Por cuarto año consecutivo, la producción de plátano en 2017 fue mejor que la del año anterior, ya que se registró un aumento del 2% y se produjeron 416.200 toneladas*

se importaron 306.998 toneladas de plátanos y bananas, un volumen muy superior al del año 2016.

En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2017 rondó las 420.000 toneladas, un volumen un 2% superior al producido en el año anterior. Además de España, que aporta casi el 70% de la producción, también hay producción de bananas en Francia, Portugal, Grecia y Chipre, así como también en Martinica y Guadalupe.

La producción comunitaria es muy escasa para abastecer la demanda, que en el año 2017 superó los 6 millones de toneladas. El país que más plátanos-bananas vendió a la Unión Europea fue Ecuador.

Finalmente, la producción mundial de este tipo de frutas ascendió de nuevo en 2017 hasta rondar los 115 millones de toneladas. ●





**PLÁTANO  
DE CANARIAS,  
SER  
ÚNICOS  
NO  
ES FÁCIL.**



— EL SABOR DE —  
**NUESTRO**

## CÍTRICOS

La producción de cítricos en España ha experimentado en los últimos años una gran transformación varietal. Actualmente ya casi no quedan naranjas sanguinas y también han desaparecido otras variedades muy prometedoras, al tiempo que han surgido otras nuevas con mucha fuerza, como es el caso de la naranja lane late.

Las mandarinas clásicas, aunque tienen un sabor y un aroma superiores a las nuevas variedades en satsumas y clementinas, tienen el inconveniente de tener pipas, lo cual comercialmente resta mérito a estas frutas.

La gran versatilidad de estas frutas permite escalonar las fechas de recolección. Cada vez se buscan más en España variedades muy tempranas y muy tardías, para no coincidir con los envíos de Marruecos e Israel.

El auge de las mandarinas obedece, en parte, a que no tenemos tanta competencia como en naranjas y que las mandarinas se venden bien porque tienen pesos pequeños y se amoldan a la economía familiar.

La producción de limones también ha experimentado un importante auge en España gracias al mercado exterior. La posición geográfica española permite anticipar las cosechas a las de otros países mediterráneos, sin tener que adelantar las recogidas.

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	1.330	1.574	1.641
BALEARES	9,5	10	11
CANARIAS	15,3	14,9	13,7
CATALUÑA	38,6	51,4	29
COMUNIDAD VALENCIANA	1.555	1.853,7	1.500,60
MURCIA	136,2	149,4	137,8
OTRAS CC.AA.	2	1	2
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>3.086,8</b>	<b>3.654,8</b>	<b>3.335,50</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	48.940	47.075	53.266	49.282
UE	5.954,9	6.039,0	6.331,8	6.258
<b>ESPAÑA</b>	<b>3483,6</b>	<b>3.086,8</b>	<b>3.654,8</b>	<b>3.335,5</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA



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

PRODUCTO	2015/2016	2016/2017	2017/2018
NARANJAS	3.086,8	3.654,8	3.335,50
MANDARINAS	1.994,3	2.343,0	1.996,30
LIMONES	776	995,9	935,7
POMELOS	68,4	73,3	79,3
<b>TOTAL</b>	<b>5.926</b>	<b>7.067,0</b>	<b>6.347</b>

FUENTE: MAPA

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

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	370,2	382,8	360,8
CATALUÑA	120	131,4	140
COMUNIDAD VALENCIANA	1.385	1.862,60	1.345
MURCIA	116,3	127,6	123,8
OTRAS CC.AA.	3	161	25
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.994,3</b>	<b>2.343,0</b>	<b>1.996,30</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	28.292	28.734	28.443	29.900
UE	3.474	3.080	3.431	2.974
<b>ESPAÑA</b>	<b>2.389,9</b>	<b>1.994,3</b>	<b>2.343,0</b>	<b>1.996,3</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA



Las numerosas especies que forman parte del género “Citrus” proceden de Asia, de las zonas tropicales y subtropicales. Desde allí se distribuyeron por África y el sudeste de Europa, y posteriormente por América, hacia el año 1500.

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

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LIMONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	108,3	114	117,4
COMUNIDAD VALENCIANA	238	293,8	250
MURCIA	416,5	575	555,7
OTRAS CC.AA.	13	13	13
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>776</b>	<b>995,9</b>	<b>935,7</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	7.406	7.005	7.252	7.500
UE	1.597,7	1.331,3	1.537,0	1.514,5
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.089</b>	<b>776</b>	<b>995,9</b>	<b>935,7</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE POMELOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	19,8	24,3	28,4
COMUNIDAD VALENCIANA	19,9	22,3	22
MURCIA	28,6	26,5	28,7
OTRAS CC.AA.	0,5	0,5	0,5
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>68,4</b>	<b>73,3</b>	<b>79,3</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	6.246	6.396	5.984	6.600
UE	109	102	115	88
<b>ESPAÑA</b>	<b>77,9</b>	<b>68,4</b>	<b>73,3</b>	<b>79,3</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

el límite máximo tolerable es de 400 metros y se localizan a lo largo de toda la costa levantina y parte de la atlántica, desde Tarragona hasta Ayamonte (Huelva).

En los últimos años, la superficie destinada al cultivo de cítricos en España ha ido disminuyendo, pero todavía sigue siendo la más importante de todos los frutales.

Al terminar 2017, en España había 297.000 hectáreas dedicadas al cultivo de los cítricos, un 1% menos que en 2016, 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 (144.981 hectáreas en 2017, incluidas las tierras de naranjo amargo), pero el mandarino le va ganando terreno de año en año. La segunda posición en cuanto a superficie la ocupa el mandarino, con algo más de 107.249 hectáreas en 2017 y la tercera el limonero, con 41.823 hectáreas. Además de estas producciones, también se cultivan en España pomelos y otros cítricos.

En total, la producción nacional de cítricos en la campaña 2017/2018 se situó por encima de los 6,4 millones de to-



neladas, un 10% menos que en la campaña anterior, que fue muy buena. De esta producción, el grueso (3,33 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranja dulce, un cultivo que en las últimas campañas había ido perdiendo peso en favor de las mandarinas. Éstas últimas alcanzaron en la campaña 2017/2018 una producción de 1,99 millones de toneladas (un 15% menos) y los limones llegaron a 935.700 toneladas, un 6% menos que en la campaña anterior.

Por el contrario, otros cítricos minoritarios como los pomelos consiguieron en 2017 un buen resultado: 79.300 toneladas, un 8% más que en la campaña precedente.

En cuanto al comercio, el sector de los cítricos abanderó las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen. En 2017 se exportaron 3,7 millones de toneladas (100.000 más que en 2016), de las que 1,6 millones de toneladas eran naranjas; 1,35 millones mandarinas, 688.442 toneladas limones y el resto pomelos. En volumen, disminuyeron con respecto al año anterior las exportaciones de mandarinas (8%), pero aumentaron las de naranjas (3%) y limones (26%).

Las importaciones por su parte fueron mucho mayores que un año antes de la naranja (se importaron 173.502 toneladas), pero no en el del limón.

Dentro de la Unión Europea, España es con mucha diferencia el gran país productor de cítricos. En la campaña 2017 eran españoles el 54% de las naranjas, el 62% de los limones y el 67% de las clementinas (satsumas y mandarinas incluidas) y el 90% de los pomelos de la Unión Europea. Las cosechas de cítricos comunitarias fueron en la campaña 2017 inferiores a las del año anterior.

Si bien la mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas se destina al consumo en fresco, cerca de 1,5 millones de toneladas de estas frutas van a otros usos entre los que destaca la industria de zumos.

A este respecto, hay variedades de naranjas que dan poco rendimiento en zumo (las navel, del 30 al 35%) por lo que se buscan las blancas selectas y comunes que sí dan buenos rendimientos (alrededor del 40-42%). Lo mismo ocurre con las mandarinas clementinas (40% de zumo) y con los limones comunes (25% de zumo) frente a otras mandarinas (33%) y limones selectos (verdelli y primofiori, 20%).

Además, anualmente en torno a 50.000 toneladas de mandarinas, en su mayoría satsumas, se destinan a la industria de gajos en conserva y generan en torno a 40 millones de euros. Prácticamente el 95% de la producción de gajos



### *El sector de los cítricos abanderó las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen*

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. ●

## ZUMOS DE FRUTAS

Además de su consumo en fresco, una importante producción de fruta se destina anualmente a la elaboración de zumos. El consumo de zumos y néctares en España durante 2017 alcanzó los 808,15 millones de litros, lo que supuso un descenso del 2,6% con respecto al año anterior, según datos de la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos).

España se situó en 2017 a la cabeza de la Unión Europea en exportación de zumos de fruta, con un volumen de 775.672 toneladas por un valor de 730.632 millones de euros. Respecto a 2016, se produjo un aumento tanto en el volumen exportado, como en la facturación. La balanza comercial continuó siendo positiva con un superávit de 464.786 millones de euros, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y

Turismo. Asimismo, Francia volvió a ser el principal destino de los zumos españoles.

Pese a los buenos resultados en el comercio exterior, el consumo en España descendió un 2,73% respecto al 2016. En concreto, el pasado año en España se consumieron 17,36 litros por persona, una cifra ligeramente inferior a la media europea, situada en 17,9 litros y muy por detrás de países como Alemania, Austria, Holanda y Suecia.

En cuanto a los sabores más demandados en España, el zumo de naranja continuó liderando el listado de sabores preferidos entre todos los que se comercializan, con un 34%, seguido del zumo de piña y el de melocotón que representaron el 19,2% y 17,8% respectivamente. Los zumos multifrutas y los de manzana, con el 12,6% y el 3,9% de la cuota de mercado, completaron el listado de sabores más consumidos en 2017. Por lo que refiere al comercio internacional, España cuenta con una gran disponibilidad de frutas todo el año, lo que permite una producción más sostenida en el tiempo en el sector de zumos y néctares y mantener una fuerte presencia en el mercado exterior. ○

Con la mejor agua  
se obtienen los  
**plátanos**  
más exquisitos



*Los plátanos de La Palma*

EL SABOR DE CANARIAS

## FRUTOS SECOS

A nivel mundial, la producción de almendra, nuez, anacardo, pistacho, avellana, pacana, macadamia, nuez de Brasil y piñón (que son los frutos secos más extendidos por el mundo) ha crecido considerablemente en los últimos años. En conjunto, estas producciones rondan los 4 millones de toneladas y Estados Unidos es el mayor productor, con aproximadamente el 40% del total. Otros países con grandes producciones son Turquía, China e Irán. España ocupa el noveno lugar en la producción mundial.

La producción española de frutos secos resulta muy variable de año en año debido a la incidencia de las heladas, que afectan a la floración y al posterior cuajado del fruto. Este problema afecta a los principales países productores, lo que determina grandes oscilaciones de precios.

### PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015	2016	2017
ALMENDRAS (CÁSCARA)	211	204	230,6
CASTAÑAS	164	162	163,6
AVELLANAS (CÁSCARA)	11,4	12,1	12,4
NUEZ (CÁSCARA)	15,3	14,8	18,1

FUENTE: MAPA

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	2,2	2,4	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	1,1	1,4	1,4
CATALUÑA	2	2	2,2
EXTREMADURA	3	1,8	3,8
GALICIA	2,7	2,7	1,9
OTRAS CC.AA.	4	5	6
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>15,3</b>	<b>14,8</b>	<b>18,1</b>

FUENTE: MAPA

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

	2015	2016	2017
MUNDO	3.589	3.748	4.580
UE	177	171,6	209,8
<b>ESPAÑA</b>	<b>15,3</b>	<b>14,8</b>	<b>18,1</b>

Datos de nuez cáscara. FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

El almendro, el avellano, el castaño y el nogal son las tres 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 los últimos años, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge. En 2017 había cerca de 800.000 hectáreas dedicadas a estos cultivos, la mayor parte de ellas de almendros, si bien es el nogal el que ha experimentado en los últimos años un mayor crecimiento.

Así, en 2017 había de 13.555 hectáreas dedicadas al nogal, unas 300 hectáreas más que un año antes. Igualmente, la producción de nueces fue muy buena: un 22% más que en 2016, con 18.100 toneladas en cáscara. ●

### ALMENDRAS Y AVELLANAS

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 determi-

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

CC.AA.	2015	2016	2017
CC.AA.	48,9	45,3	58,7
ANDALUCÍA	39,7	45,9	51,8
ARAGÓN	7,3	8,8	6,2
BALEARES	33,3	28,3	18,1
CASTILLA-LA MANCHA	14	15,3	17,9
CATALUÑA	36	28,4	38,6
COMUNIDAD VALENCIANA	3,8	3,7	2,6
LA RIOJA	20,3	21,5	29,2
MURCIA	4	2,6	2,9
NAVARRA	3,7	4,2	4,6
OTRAS CC.AA.	211	204	230,6
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>15,3</b>	<b>14,8</b>	<b>18,1</b>

FUENTE: MAPA

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

	2015	2016	2017
MUNDO	3.066	3.214	3.629
UE	314	317	358
<b>ESPAÑA</b>	<b>211</b>	<b>204</b>	<b>230,6</b>

Datos de almendra cáscara. FUENTE: MAPA, FAO y EUROSTAT



nado en las almendras y otros frutos secos cuando el fruto se abre y deja ver la almendra existente en su interior, que es la capa más interna del fruto.

Dentro de esa cáscara dura está la almendra grano que es la verdadera semilla. Las almendras y avellanas pueden comercializarse en cáscara o en grano, pero cada vez va siendo más infrecuente su venta al público en cáscara, puesto que casi toda la cosecha se descascara para reducir peso inútil. Tan sólo las nueces, cuyo “descascamiento” suele implicar la rotura de la semilla, se siguen vendiendo tal cual en algunos casos.

El rendimiento en grano de la almendra es bajo, del 30% en las variedades de cáscara dura hasta el 40% en las de cáscara blanda o mollares.

Respecto al almendro, de las casi 779.000 hectáreas cultivadas en 2017, unas 93.400 eran almendros abandonados y otras 24.800 hectáreas, almendros de uso no comercial.

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. En 2017, la producción de almendra resultó finalmente superior a la de la anterior campaña, con 230.600 toneladas cáscara (un 13% más).

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

A nivel mundial, el principal productor de almendras es Estados Unidos (California y Florida), que precisamente se ha especializado en las variedades mollares. El desarrollo del almendro en Estados Unidos ha sido espectacular y se ha basado en la mecanización y en la utilización de variedades de elevados rendimientos en plantaciones regulares.

Además, han conseguido importantes reducciones arancelarias de uno de los principales consumidores mundiales de almendra como es la Unión Europea. Incluso España, donde las importaciones de almendras no eran muy frecuentes, utiliza cada vez más almendra californiana para la elaboración de turrone, mazapanes y bollería.

Respecto a la avellana, la cosecha nacional en 2017 fue buena, pues se recogieron 12.400 toneladas en cáscara, un 2% más. Ese año había cultivadas en España un total de 16.437 hectáreas, de diversas variedades de avellanas (negretas, cordobesas, asturianas, etc.). ○

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	6,6	5,4	4,5
CASTILLA Y LEÓN	9,6	9,4	2,6
EXTREMADURA	4,6	4	4,5
GALICIA	142,5	142,4	151,3
OTRAS CC.AA.	1	1	1
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>164</b>	<b>162</b>	<b>163,6</b>

FUENTE: MAPA

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

	2015	2016	2017
MUNDO	2.044	2.262	2.279
UE	132	135	136
<b>ESPAÑA</b>	<b>164</b>	<b>162</b>	<b>163,6</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

Con 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. ○

#### CASTAÑAS Y PISTACHOS

Otro fruto seco tradicional es la castaña, que en los últimos años ha vivido un resurgir del cultivo en España. La superficie dedicada al castaño en 2017 se elevó a 22.682 hectáreas (unas 1.300 hectáreas más que un año antes).

La producción de castaña por su parte quedó en 163.600 toneladas cáscara, un volumen superior en un 1% al del año precedente.

En España, la producción de castaña se concentra principalmente en Andalucía y en Galicia y se destina básicamente a la alimentación animal, aunque los frutos más sanos van a la alimentación humana, bien para consumo directo, bien como castañas totalmente desecadas (castañas “pilongas”).

También se consume parte de la producción como mermelada de castañas y los famosos “marrón glacés”, que son los frutos cocidos, pelados, embebidos en agua azucarada y glaseados con azúcar. ○

### AUGE DEL PISTACHO

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 España, el cultivo del pistacho está creciendo considerablemente desde hace años. En 2016 la superficie cultivada se incrementó un 66% respecto a 2015 y en 2017 volvió a crecer un 49% hasta situarse en 15.847 hectáreas.

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 DE FRUTOS SECOS

La balanza comercial del sector de los frutos secos suele tener un saldo negativo. De todos los frutos secos, la avellana y la almendra son los que más se comercializan. En España, entre almendra grano y cáscara se exportaron en 2017 unas 81.611 toneladas (un 9% más), al tiempo que se importaron 110.510 toneladas (un 2% menos).

El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos, que es quien domina el mercado mundial desde sus producciones de California.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron unas 1.561 toneladas con y sin cáscara, prácticamente un 9% menos que en 2016, y se importaron 4.217 toneladas (1% 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 (29.054 toneladas en 2017, un volumen superior en más de 200 toneladas al del año precedente) y exportamos cerca de 2.996 toneladas, algo más que en el año precedente. También Estados Unidos está entre los países a los que más nueces compra España y otro país netamente importador es Chile.

Por su lado, España también exporta pequeñas cantidades de pistachos (821 toneladas en 2017, un volumen por debajo del importado en 2016), e importamos más de 10,862 toneladas (1.800 más que un año antes).

Asimismo, entre las exportaciones de frutos secos destacan las partidas de castaña, que en el año 2017 se elevaron a casi 9.060 toneladas, frente a unas importaciones de 4.032 toneladas.

Igualmente, el comercio de piñones también es muy importante. En 2017 se importaron 11.982 toneladas frente a las 21.285 toneladas del año precedente, y se exportaron 3.168 toneladas frente a las 1.129 del año 2016.

España importa también anacardos, nueces de Brasil, macadamias y, en general, otras especies que contribuyen a diversificar la oferta de frutos secos en el mercado interior y satisfacer las exigencias de la demanda.

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 pastelería 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. ○

## HORTALIZAS

El grupo de las hortalizas es, dentro de los alimentos, 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, España 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 2017 experimentó un crecimiento del 1,3% en volumen y los precios subieron como media un 5,5%, según las estimaciones del ministerio de Agricultura, de cara a calcular la renta agraria nacional.

Con estos datos, el valor aportado por el sector de las hortalizas a la Producción Vegetal Final se incrementó un 6,8%. En euros corrientes, la producción generada por el sector de las hortalizas alcanzó en 2017 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 9.389 millones de euros, muy por encima del valor que alcanzó en 2016 (8.790 millones de euros). 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 2017 el 32% (por encima del porcentaje del año 2016) y con respecto a la Producción Agraria total este subsector representó el 19,1%, también por encima del año anterior.

En España se cultivaron en 2017 cerca de 177.000 hectáreas de hortalizas, entre las que no estaban incluidas las superficies de melón, sandía y champiñón. Con estos cultivos, la superficie se elevaría a 234.000 hectáreas, según datos del MAPA. El grueso de estas superficies eran tierras de regadío y en torno al 70% era cultivo al aire libre y el 30% invernaderos. ○





## 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 2017 un total de 61.800 hectáreas, de las que 36.200 eran de tomate para uso industrial. Comparados con los datos de 2016, en 2017 se apreció un retroceso en la superficie general y un incremento en la destinada a tomate para industria.

La lechuga, con 33.100 hectáreas (4.000 hectáreas menos que en 2016), la cebolla y el ajo (con aproximadamente 25.200 hectáreas y 26.300 respectivamente), son los siguientes cultivos más extendidos. En el caso del ajo, se observa también un fuerte crecimiento de las siembras en los últimos años.

Por su parte, la producción nacional de hortalizas en 2017 se acercó a los 13,1 millones de toneladas, entre producciones de tallo y hoja (lechuga, col, etc.), de fruto, de flor (alcachofa y coliflor), de bulbo y raíz (ajo, cebolla, etc.), leguminosas (judías, guisantes...). En este dato, que supuso un incremento del 3% respecto a la producción de 2016, no están incluidas las producciones de frutas-hortalizas (melón, sandía, fresa), ni tampoco las setas, los champiñones y la patata.

Como ya es habitual, la mayor producción hortícola española en 2017 fue la de tomate (con más de 5,2 millones de toneladas y un aumento del 1% respecto al año anterior), entre producción para el consumo en fresco y en conserva (que supone casi la mitad), seguida de la cebolla (1,29 millones de toneladas en 2017, con un descenso del 7% respecto a la cosecha de 2016).

La tercera producción en importancia por su volumen es el pimiento, cuya producción llegó a 1,27 millones de toneladas, entre producción para consumo en fresco y en conserva. Otros cultivos hortícolas emblemáticos de la producción española como el calabacín y el ajo tuvieron un balance positivo en 2017, especialmente este último cultivo, mientras que las alcachofas, las lechugas, las judías verdes y las berenjenas saldaron el año de forma negativa, con pérdidas en volumen producido. ○

## 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 2016, 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 5.267 millones de euros, un 1% menos que un año antes. En volumen, las exportaciones sumaron 5,1 millones de toneladas, un 3,7% menos que en 2016.

El tomate siguió siendo la principal hortaliza exportada por España, pero sus exportaciones retrocedieron tanto en





valor como en volumen. Al finalizar el año se habían exportado 809.527 toneladas (un 11% menos), por un valor de 1.003 millones de euros (un 3,7% más).

Tras el tomate, el segundo producto en importancia fue la lechuga con 761.905 toneladas (un 1,4% más) y 662,8 millones de euros (un 1,2% más). En tercer lugar quedaron las exportaciones de pimiento con 686.558 toneladas (un 2,1% menos), seguido de el pepino con 626.689 toneladas (un 0,7% menos) y 566,2 millones de euros (un 3,4% más) y las coles con 446.895 toneladas (un 4% menos).

Por su lado, la importación de hortalizas ascendió en 2017 a 1,3 millones de toneladas (un 5,7% más), por un valor de 786,8 millones de euros (un 7% más que en 2016).

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 2017, el valor alcanzado por las hortalizas comunitarias a efectos de calcular la renta agraria anual fue de 51.551 millones de euros, una cifra superior a la del año precedente en un 1,5%. Con respecto a la Producción Vegetal final, el sector de las hortalizas de la UE representó en 2016 el 26% y 14,4% de la Producción Agraria final (en estos datos no está incluida la patata).

En la Unión Europea, el cultivo de hortalizas ocupó cerca de 2,2 millones de hectáreas en el año 2017. La producción comunitaria de hortalizas ronda los 60 millones de toneladas anuales y las tres producciones estrella son el tomate, la cebolla y la zanahoria. También tienen importancia las producciones comunitarias de pepino y calabacín.

A este respecto, el principal cultivo hortícola de la UE es el tomate, con unos 18 millones de toneladas al año. Italia, como primer país productor, y España suman juntos más del 65% de la producción comunitaria de tomate. Otro país con gran producción de tomate, pero a menor escala, es 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 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

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PATATAS

##### POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	285,8	277,5	362,3
ARAGÓN	16	17,2	16,8
ASTURIAS	18	18	12,5
BALEARES	58,2	60,2	57,1
CANARIAS	101	101,2	100,8
CANTABRIA	3,5	3,2	3,6
CASTILLA Y LEÓN	818,3	854	855
CASTILLA-LA MANCHA	56,7	65,7	75,8
CATALUÑA	25,6	23,1	19,7
COMUNIDAD VALENCIANA	62,9	64,9	62,2
EXTREMADURA	36,6	20,5	26
GALICIA	505	441,1	438,9
LA RIOJA	59,5	57,2	49
MADRID	2,4	2,5	2,7
MURCIA	161	171,3	200,2
NAVARRA	12,5	9,5	12,7
PAÍS VASCO	60	57,1	69,7
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>2.284</b>	<b>2.246,2</b>	<b>2.365,20</b>

FUENTE: MAPA

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. ○

#### PATATA

La patata es el tubérculo de la planta del mismo nombre, que pertenece 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 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 2017 aportó cerca del 0,9% de la Producción Final Agraria y el 1,5% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy inferiores a los del año 2016, según datos del ministerio de Agricultura. La producción de patata en 2017 se incrementó en volumen un 6,7%, hasta llegar a 2,36 millones de toneladas, al tiempo que los precios bajaron de media un 45%, la mayor bajada de precios de todas las producciones agrarias y con mucha diferencia. Con estos datos, el valor aportado por el sector de la patata al cálculo de la renta agraria se redujo un 41,3%. Así, concretamente, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 447,6 millones de euros a precios corrientes, frente a los 785 millones del año 2016.

A nivel de cultivo, la superficie se incrementó al igual que en 2016. Se sembraron 74.100 hectáreas en todo el territorio nacional, 1.300 hectáreas más que un año antes.

Aunque la producción está extendida por todo el territorio nacional, las regiones con mayor producción de patata en 2017 fueron Castilla y León (37% del total), Galicia (18%), Andalucía (12%) y la Región de Murcia (7%)

Por variedades, en 2017 se registraron incrementos en las campañas temprana y de media estación, al tiempo que bajaron las cosechas de tardía y extra tempranas. La producción de media estación superó el millón de toneladas, cuando en 2016 se había quedado en 902.000 toneladas.

Respecto al comercio exterior, como es habitual en 2017 España volvió a ser un país netamente importador de patata. Se pasó de 729.000 toneladas a 781.000 toneladas (un 7% más). Del total importado por España, en torno al 95% procedió de la Unión Europea, especialmente de Francia.

En cuanto a las exportaciones españolas de patata, en 2017 aumentaron un 5% las salidas en volumen, hasta 294.700 toneladas. ○

*Por variedades, en 2017 se registraron incrementos en las campañas temprana y de media estación, al tiempo que bajaron las cosechas de tardía y extra temprana*

PRODUCCIONES DE PATATA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2014	2015	2016	2017
MUNDO	381.682	376.818	376.682	395.000
UE	60.687	53.822	56.224	59.200
<b>ESPAÑA</b>	<b>2.467</b>	<b>2.284</b>	<b>2.246,2</b>	<b>2.365,2</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

## PATATAS EN LA UE Y EL MUNDO

En la Unión Europea, la importancia del sector de la patata dentro de la agricultura es mayor que en España. A efectos de calcular la renta agraria anual, en 2017 el sector representó el 5,2% de la Producción Vegetal Final y el 2,8% de la Producción Agraria final. El valor aportado por este subsector a la renta agraria comunitaria fue 10.340 millones de euros, según datos de la Comisión Europea. Este valor resultó ser un 13% más bajo que el de 2016.

La producción total de la UE quedó en 59 millones de toneladas, un 5% por encima de la producción del año precedente. Junto con España, los países con mayor producción de patata fueron Francia (15% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata son Gran Bretaña, Irlanda y Bélgica.

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

A nivel mundial, la producción de patata en 2017 superó los 395 millones de toneladas, según estimaciones. Además de la Unión Europea, otros grandes países productores de patata a nivel mundial son China (20% del total), India y Estados Unidos. ○



**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.



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

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017
AJOS	177	178	210	261,6
ALCACHOFAS	222	214	221,7	215,4
BERENJENA	209	245	242,6	227,5
CALABACINES	466	543	581,5	591,9
CEBOLLAS	1.348	1.241	1.384,0	1.293
COLIFLORES	152	155	161,4	139,9
JUDÍAS VERDES	187	180	171,7	164,7
LECHUGAS	905	927	929,9	889,7
PATATAS	2.467	2.284	2.246,2	2.365,2
PEPINOS	779	705	631,2	610,8
PIMIENTOS	1.131	1.103	1.172,6	1.273,9
TOMATES	4.864	4.833	5.156	5.231,5
ZANAHORIAS	377	411	405	388

FUENTE: MAPA

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	2.020	2.471	2.302
ARAGÓN	51,5	55	55,1
BALEARES	10,7	11	14
CANARIAS	95,4	91	84
CASTILLA-LA MANCHA	92	92,5	83
CATALUÑA	50	49	49,2
COMUNIDAD VALENCIANA	76,7	72,4	73,4
EXTREMADURA	1.954	1.772,30	2.075
GALICIA	92,5	92,9	93,1
LA RIOJA	13	10	13,6
MURCIA	190,5	236,7	211,3
NAVARRA	163,3	180,6	148
OTRAS CC.AA.	23	22	30
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>4.833</b>	<b>5.156</b>	<b>5.231,5</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	170.751	174.122	177.042	176.800
UE	16.900	18.256	17.916	17.900
<b>ESPAÑA</b>	<b>4.864</b>	<b>4.833</b>	<b>5.234</b>	<b>5.231,5</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	292,5	297,4	293,6
CASTILLA Y LEÓN	15,3	14,4	12
CASTILLA-LA MANCHA	85,8	69,3	75
CATALUÑA	21,1	22,3	24,8
COMUNIDAD VALENCIANA	59,6	50,0	52,7
MURCIA	378,6	392,8	405,7
OTRAS CC.AA.	74	84,0	26
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>927</b>	<b>929,9</b>	<b>889,7</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	24.976	26.088	26.780	25.400
UE	2.859	2.760	2.842	2.700
<b>ESPAÑA</b>	<b>905</b>	<b>927</b>	<b>929,9</b>	<b>889,7</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	734	765,7	797,7
ARAGÓN	1,8	2,5	3,4
BALEARES	1,8	1,8	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	38	46,7	41
CATALUÑA	6,7	6,2	6,6
COMUNIDAD VALENCIANA	50	54	59
EXTREMADURA	16,5	52	61
GALICIA	70,3	72,8	72,9
LA RIOJA	4,7	3,8	5,1
MURCIA	124	143,4	165,8
NAVARRA	29,6	36,2	43,2
OTRAS CC.AA.	25	13	16
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.103</b>	<b>1.172,6</b>	<b>1.273,9</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	32.324	33.279	34.497	37.500
UE	2.399	2.439	2.387	2.600
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.131</b>	<b>1.103</b>	<b>1.172,6</b>	<b>1.273,9</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT



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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	23,5	23,1	22,8
CATALUÑA	10,4	11,4	11
COMUNIDAD VALENCIANA	55,7	56	59,6
LA RIOJA	2,2	2,2	2,4
MURCIA	101,3	105,3	96,6
NAVARRA	14,8	16,5	16,4
OTRAS CC.AA.	6	7	7
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>214</b>	<b>221,7</b>	<b>215,4</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	1.573	1.454	1.453	1.390
UE	740	665	615	590
<b>ESPAÑA</b>	<b>222</b>	<b>214</b>	<b>221,7</b>	<b>215,4</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	81	66,7	59
CATALUÑA	8	6,6	7,6
COMUNIDAD VALENCIANA	6,8	7,2	7,3
GALICIA	47,8	45,8	45,9
LA RIOJA	16,5	16	13,5
OTRAS CC.AA.	20	29	31
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>180</b>	<b>171,7</b>	<b>164,7</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	1.812	1.855	1.903	1.750
UE	345	351	357	324
<b>ESPAÑA</b>	<b>187</b>	<b>180</b>	<b>181,7</b>	<b>164,7</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

Lo mejor de  
tus platos...  
la cuchara



#COMETELACUCHARA

REDUCE  
el uso de plásticos  
PROTEGE  
la naturaleza



La cuchara más crujiente, sabrosa y  
dulce que hayas imaginado se llama  
**Lechuga Snack, ¡naturalmente!**



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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	47,7	56,9	60,3
CASTILLA-LA MANCHA	101,7	112,3	158,5
CASTILLA Y LEÓN	15,1	21,4	22,7
OTRAS CC.AA.	14	19	20
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>178</b>	<b>210</b>	<b>261,6</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	24.940	26.783	26.573	30.000
UE	313,5	313	302	375
<b>ESPAÑA</b>	<b>177</b>	<b>178</b>	<b>210</b>	<b>261,6</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	459,8	477,8	488,8
BALEARES	2,7	3,1	3,2
CASTILLA-LA MANCHA	2,1	1,4	1
CASTILLA Y LEÓN	1,5	1,1	1,6
CATALUÑA	10,5	13,2	13
COMUNIDAD VALENCIANA	14,2	15,4	17,6
EXTREMADURA	4,3	6,9	6,8
GALICIA	7,2	7,2	5,9
OTRAS CC.AA.	41	55	54
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>543</b>	<b>581,5</b>	<b>591,9</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	25.197	25.256	26.486	26.900
UE	1.533	1.433	1.631	1.660
<b>ESPAÑA</b>	<b>466</b>	<b>543</b>	<b>581,5</b>	<b>591,9</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	210	203	186,5
EXTREMADURA	5,3	6	6,5
CATALUÑA	4,1	4,4	4,3
COMUNIDAD VALENCIANA	10,8	11,5	13,2
OTRAS CC.AA.	14	18	17
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>245</b>	<b>242,6</b>	<b>227,5</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	50.193	50.580	51.288	48.094
UE	817	850	851	798
<b>ESPAÑA</b>	<b>209</b>	<b>245</b>	<b>242,6</b>	<b>227,5</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	145,8	153,5	155,5
ARAGÓN	61,9	114,6	102,5
BALEARES	3,7	3,6	3,5
CANARIAS	8,4	8,6	8
CASTILLA-LA MANCHA	699	777	705
CASTILLA Y LEÓN	61	65,8	69,4
CATALUÑA	41,7	40	39,5
COMUNIDAD VALENCIANA	87,2	98,7	88,2
EXTREMADURA	2,8	4,9	5,3
GALICIA	41	40	35
LA RIOJA	2,9	3	2,9
MADRID	15,8	15,9	16,2
MURCIA	47,5	41,3	41,5
NAVARRA	17,3	17,1	16,8
OTRAS CC.AA.	5	1	4
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.241</b>	<b>1.384,0</b>	<b>1.293</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	88.475	91.171	93.169	86.900
UE	6.291	6.326	6.513	6.080
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.348</b>	<b>1.241</b>	<b>1.384,0</b>	<b>1.293</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	35,6	37,0	36,7
CATALUÑA	8,0	7,2	6,6
COMUNIDAD VALENCIANA	25,0	29,3	30
LA RIOJA	9,6	9,2	9
MURCIA	21,2	18,0	15
NAVARRA	35,3	34,6	35
OTRAS CC.AA.	21,0	25,0	8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>155</b>	<b>161,4</b>	<b>139,9</b>

FUENTE: MAPA

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	171	156,4	150,3
CASTILLA-LA MANCHA	14	15,7	22
CASTILLA Y LEÓN	187,6	194,3	182,7
COMUNIDAD VALENCIANA	10	11,2	7,8
LA RIOJA	10,6	9	8
GALICIA	3	3,2	2,3
OTRAS CC.AA.	15	15	15
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>411</b>	<b>405</b>	<b>388</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	24.175	24.438	25.234	21.800
UE	2.332	2.258	2.276	1.970
<b>ESPAÑA</b>	<b>152</b>	<b>155</b>	<b>161,4</b>	<b>139,9</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	38.835	41.173	42.712	40.920
UE	5.702	5.271	5.859	5.613
<b>ESPAÑA</b>	<b>377</b>	<b>411</b>	<b>405</b>	<b>388</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	625	561	543,8
NAVARRA	1,5	0,9	0,9
CATALUÑA	9,8	13,1	13
CASTILLA-LA MANCHA	4,9	4,9	4,9
COMUNIDAD VALENCIANA	7	7	6,8
EXTREMADURA	5	3,8	3,5
CANARIAS	39,7	24,6	41,7
MURCIA	8,8	9,1	9,1
OTRAS CC.AA.	3	7	13
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>705</b>	<b>631,2</b>	<b>610,8</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	74.976	78.904	80.617	77.930
UE	2.976	2.804	2.917	2.820
<b>ESPAÑA</b>	<b>779</b>	<b>705</b>	<b>631,2</b>	<b>610,8</b>

FUENTE: MAPA, FAO Y EUROSTAT



## FRUTAS Y HORTALIZAS

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de frutas y hortalizas tiene una gran importancia, ya que alcanza una facturación que ronda los 18.550 millones de euros, de los que 9.390 millones de euros corresponden a las hortalizas frescas, 8.710 millones de euros a las frutas y los restantes 448 millones de euros a las patatas. El sector de frutas y hortalizas representa el 65% de la Producción Vegetal Final y el 38% de la Producción Agraria Final.

El empleo creado por este sector llega hasta los 280.000 trabajadores, lo que representa más de la mitad del empleo agrario nacional. Además, hay que considerar que existen otros 150.000 trabajadores en labores de manipulación en origen y otras actividades complementarias, por lo que es posible afirmar que el sector representa más del 50% de todo el empleo agrario de nuestro país. España es la primera productora de frutas y hortalizas de la Unión Europea y la octava del mundo, mientras que aparece como la principal potencia exportadora mundial.

Existen en nuestro país alrededor de 620 organizaciones de productores. Dentro de éstas, las 100 más importantes acaparan la tercera parte de toda la facturación del sector. Además, hay más de 3.900 cooperativas, de las que un 29% se dedica a la actividad hortofrutícola. También



se encuentran en actividad algunas grandes centrales de compras, con una facturación conjunta que supera los 1.200 millones de euros. Junto a ellos aparecen alrededor de 10.000 operadores entre centrales de manipulado, subastas y comercializadoras que funcionan como intermediarios. En la red de Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias aparecen en actividad 991 empresas mayoristas de frutas y hortalizas, a las que hay que añadir 22 de plátanos y 99 de flores. El principal operador del mercado nacional de frutas y hortalizas registra una facturación de 680 millones de euros, mientras que el segundo llega hasta los 575 millones de euros, el tercero ronda los 387 millones de euros, el cuarto se sitúa en los 355 millones de euros y el quinto alcanza los 330 millones de euros. Por lo que hace referencia a las centrales de compra, la más importante tiene un volumen de negocio de 1.200 millones de euros, la segunda llega hasta los 634 millones de euros y la tercera registra unos 350 millones de euros. La modernización del sector es una realidad, con la utilización de nuevas tecnologías para mejorar su eficiencia y competitividad. ○

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Group Fresh and Juices, S.A. - Grupo *	1.131,10
Grupo AN *	766,72
Sdad. de Compras Modernas, S.A. (SOCOMO) *	634,00
Anecoop, S. Coop. *	574,14
ARC Eurobanan, S.L. - Grupo *	386,41
Sanlucar Fruit, S.L. - Grupo	354,00
Edeka Fruchtkontor España, S.L.U. *	350,00
Nufri Grupo *	330,00
Eurogroup España Frutas y Verduras, S.A.*	278,00
Zenalco, S.A. *	273,00

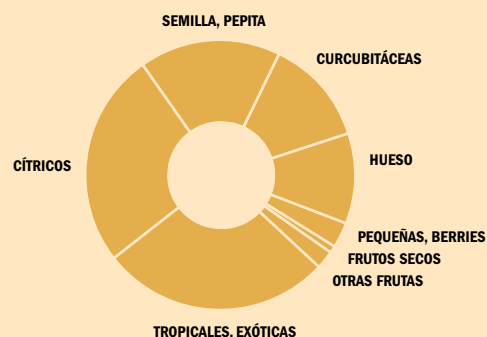
\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



## COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EN LA RED DE MERCAS 2017 (PORCENTAJES)

<b>Tropicales, exóticas</b>	<b>28%</b>	<b>Cucurbitáceas</b>	<b>13%</b>
Plátano	18%	Melón	7%
Kiwi	3%	Sandía	6%
Piña	3%	<b>Hueso</b>	<b>11%</b>
Caqui	1%	Melocotón	5%
Aguacate	1%	Nectarina	2%
Otros	2%	Ciruela	2%
<b>Cítricos</b>	<b>26%</b>	Cereza y Picota	1%
Naranja	18%	Albaricoque	1%
Mandarina	4%	<b>Pequeñas, berries</b>	<b>3%</b>
Limón	3%	Fresón-Fresa	3%
Otros	1%	* Aparte algunas cantidades de Frambuesa, Mora, Grosella ...	
<b>Semilla, pepita</b>	<b>17%</b>	<b>Frutos secos</b>	<b>1%</b>
Manzana	9%	Castaña, Nuez, Dátil, Cacahuete, Almendra, Pistacho, Avellana ...	
Pera	5%	Otras frutas	1%
Uva	3%	<b>Otras Frutas</b>	<b>2%</b>
Otros	-		



FUENTE: Mercasa.

## VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2017

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	(1)	(1)
MERCALICANTE	230.969	272,0
MERCASTURIAS	71.427	79,34
MERCABADAJEZ	3.479	4,00
MERCABARNA	1.909.992	1.755,1
MERCABILBAO	219.429	227,5
MERCACÓRDOBA	53.786	47,25
MERCAGALICIA	28.881	29,46
MERCAGRANADA	122.649	117,66
MERCAIRUÑA	27.461	29,67
MERCAJEREZ	37.157	32,64
MERCALASPALMAS	176.095	195,3
MERCALEÓN	18.446	21,98
MERCAMADRID	1.957.196	2.154,3
MERCAMÁLAGA	174.093	201,9
MERCAMURCIA	84.135	89,21
MERCAPALMA	212.865	229,3
MERCASALAMANCA	41.469	38,11
MERCASANTANDER	29.035	30,79
MERCASEVILLA	234.687	243,2
MERCATENERIFE	98.440	120,28
MERCAVALENCIA	262.469	250,6
MERCAZARAGOZA	107.531	115,10
<b>TOTAL RED</b>	<b>6.101.691</b>	<b>6.284,7</b>

(1) Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en Abril de 2014.

## DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MAYORISTA

En el escalón de distribución mayorista de frutas y hortalizas frescas, España cuenta con la estructura de la Red de Mercas: Mercalgeciras, Mercalicante, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamadrid, Mecamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mecasantander, Mercasevilla, Mercatenerife, Mercavalencia y Mercazaragoza. Estas 23 Unidades Alimentarias que configuran la Red de Mercas cuentan con Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, cuya superficie global es de unos 575.000 metros cuadrados. En la Red de Mercas están ubicadas unas 1.250 empresas mayoristas de frutas y hortalizas que en 2017 comercializaron 6,3 millones de toneladas de frutas y hortalizas (un 54% frutas, un 32% hortalizas y el 14% restante de patatas), con un valor de 6.300 millones de euros.

A través de las Mercas se comercializa más del 60% del consumo nacional en frutas y hortalizas frescas incluyendo consumo en hogares y extradoméstico. ○



**CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS**

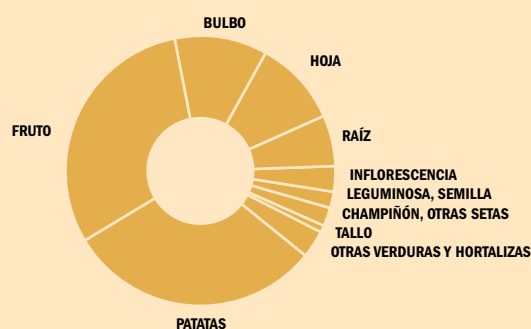
Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 2.528 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 4.483,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 55,4 kilos de consumo y 98,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (12,8 kilos por persona y año), lo que representa un 23,1% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7 kilos per cápita y 12,6% del consumo total) y de los pimientos (4,7 kilos per cápita y 8,5% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 3,6 kilos por persona al año (6,5% del consumo total de hortalizas frescas). En términos de gasto, los tomates concentran el 20,8%, con un total de 20,5 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,9% y un total de 9,7 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,8% del gasto total en hortalizas frescas (8,7 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 7,3% y 7,2 euros por persona. ○



**COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2017 (PORCENTAJES)**

<b>Patatas</b>	<b>30%</b>	Otros	1%
<b>Fruto</b>	<b>29%</b>	<b>Raíz</b>	<b>7%</b>
Tomate	17%	Zanahoria	6%
Pimiento	6%	Otros	1%
Calabacín	2%	<b>Inflorescencia</b>	<b>3%</b>
Pepino	2%	Coliflor	1%
Berenjena	1%	Alcachofa	1%
Otros	1%	Bócoli	1%
<b>Bulbo</b>	<b>11%</b>	<b>Leguminosa, semilla</b>	<b>3%</b>
Cebolla	8%	Judía Verde	2%
Puerro	2%	Otros	1%
Ajo	1%	<b>Champiñón, otras setas</b>	<b>2%</b>
<b>Hoja</b>	<b>10%</b>	<b>Tallo</b>	<b>1%</b>
Lechuga	7%	Espárrago	1%
Coles	2%	<b>Otras Verduras y Hortalizas</b>	<b>3%</b>
Acelga	1%		



FUENTE: Mercasa.



## CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL HORTALIZAS FRESCAS</b>	<b>2.528,0</b>	<b>55,4</b>	<b>4.483,3</b>	<b>98,3</b>
TOMATES	585,6	12,8	936,2	20,5
CEBOLLAS	318,6	7,0	330,2	7,2
AJOS	34,8	0,8	147,0	3,2
COLES	70,2	1,5	77,4	1,7
PEPINOS	87,9	1,9	115,5	2,5
JUDÍAS VERDES	86,6	1,9	255,4	5,6
PIMIENTOS	212,5	4,7	396,6	8,7
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	56,2	1,2	208,1	4,6
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	163,7	3,6	443,7	9,7
ESPÁRRAGOS	31,9	0,7	72,5	1,6
VERDURAS DE HOJA	55,5	1,2	125,8	2,8
BERENJENAS	64,9	1,4	101,6	2,2
ZANAHORIAS	148,0	3,2	129,1	2,8
CALABACINES	159,4	3,5	234,5	5,1
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	452,4	9,9	909,8	19,9
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	195,0	4,3	558,1	12,2

  
**Centro Sur, S.C.A.**  
**EL ESPECIALISTA**  
 QUE DEJA HUELLA

**Los Monteros**  
**Cesurca**  
**Los Monteros**

Ctra. de la Estación, s/n. - 18360 Huétor Tájar (Granada) España  
 Tel.: +34 958 33 20 20 - Fax: +34 958 33 25 22  
 e-mail: [info@centro-sur.es](mailto:info@centro-sur.es) - [www.centro-sur.es](http://www.centro-sur.es)



- **23** Mercas
- **1.250** empresas mayoristas de frutas y verduras
- Más de **6 millones** de toneladas anuales de frutas y verduras comercializadas
- Más de **6.000 millones** de euros en facturación



**Somos la mayor red de mercados mayoristas del mundo**



# Mercasa Red de Mercas

¿Quieres comprar o  
vender pescados y  
mariscos en la **MERCASA**  
Red de Mercas?

LA RED DE MERCAS  
DE ESPAÑA

Habla con nosotros

Somos la mayor red  
de mercados mayoristas  
del mundo

¿Quieres  
vender o comprar  
frutas y verduras  
en la Red de Mercas?

Habla con nosotros



### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de hortalizas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de hortalizas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de hortalizas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de hortalizas frescas, mientras que los índices se

van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

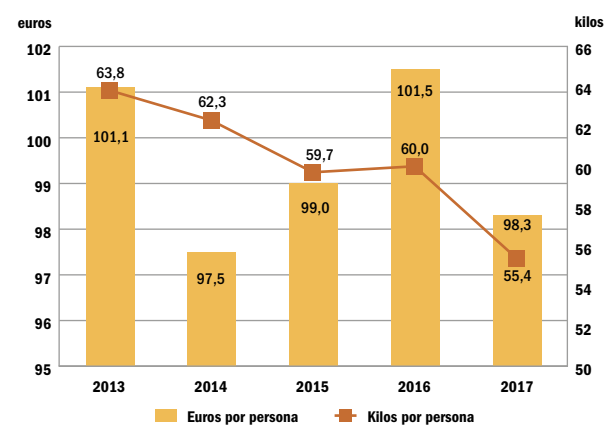
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones 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 Castilla y León, Asturias y Castilla-La Mancha. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

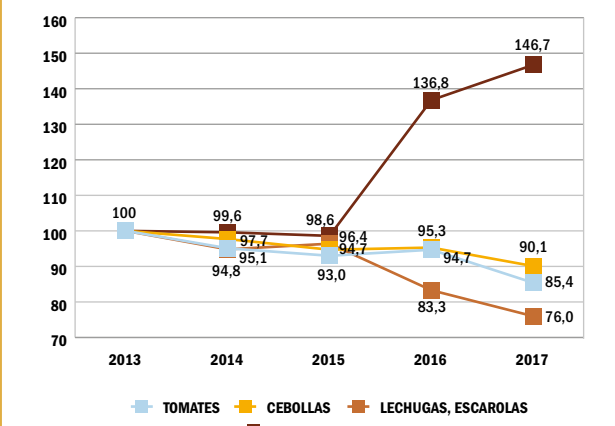
Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha caído 8,4 kilos por persona y el gasto ha experimentado un descenso de 2,8 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (63,8 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (101,5 euros por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de hortalizas de IV gama aumenta, mientras que en cebollas, tomates, lechugas, escarolas y endivias se produce un descenso.

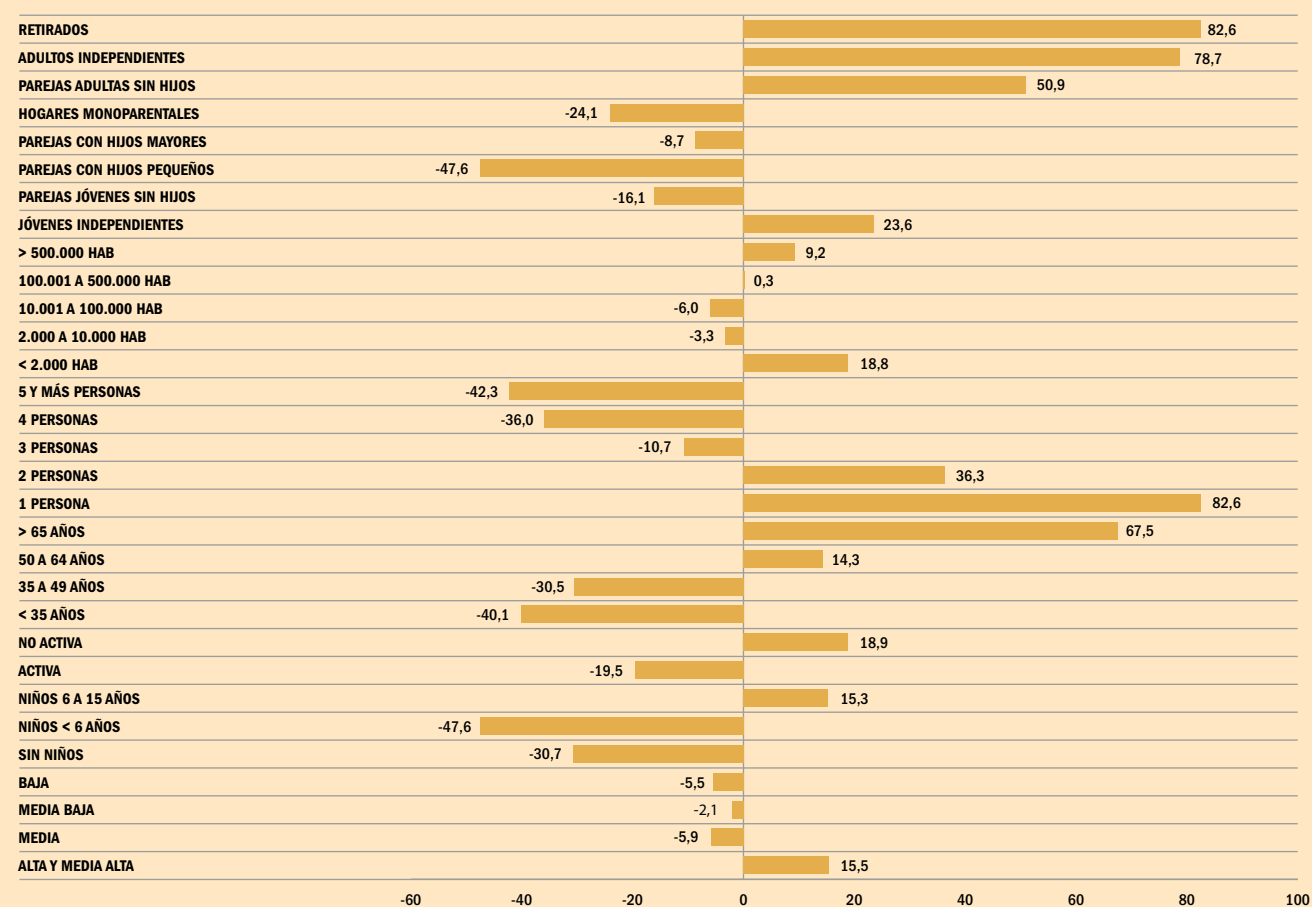
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2013-2017**



**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2013=100), 2013-2017**

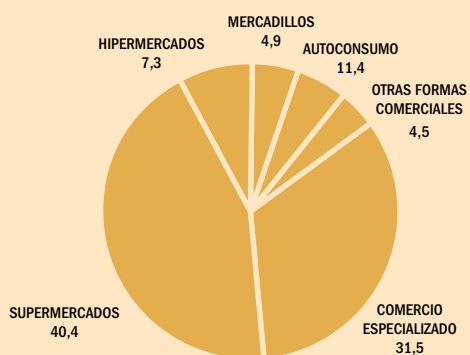


## DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 55,4 kilos por persona

## CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas a los supermercados (43,7% de cuota de mercado).

Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 33,4%, mientras que los hipermercados concentran el 8,1%. El autoconsumo, por su parte, supone el 5,4%, mientras que los mercadillos acaparan el 5,1%. Las otras formas comerciales representan el 4,3% restante. ○



## CONSUMO Y GASTO EN PATATAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 1.303,6 millones de kilos de patatas y gastaron 1065,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 28,6 kilos de consumo y 23,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (21,5 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 65,8%, con un total de 15,4 euros por persona, las patatas procesadas el 29%, con un total de 6,8 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 4,7% y 1,1 euros por persona. ○



### CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PATATAS</b>	<b>1.303,6</b>	<b>28,6</b>	<b>1.065,4</b>	<b>23,4</b>
PATATAS FRESCAS	966,9	21,2	703,4	15,4
PATATAS CONGELADAS	40,9	0,9	50,7	1,1
PATATAS PROCESADAS	59,2	1,3	311,3	6,8

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de patatas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de patatas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de patatas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de patatas, mientras que los índices se

van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

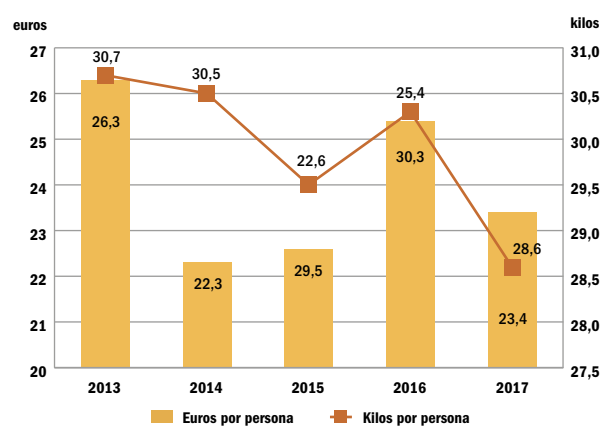
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de patatas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, las parejas jóvenes sin hijos y entre los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Navarra y Cantabria cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Extremadura y La Rioja. ○



## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de patatas ha descendido 2,1 kilos por persona y año, y el gasto ha caído 2,9 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2013 (30,7 kilos y 26,3 euros por consumidor).

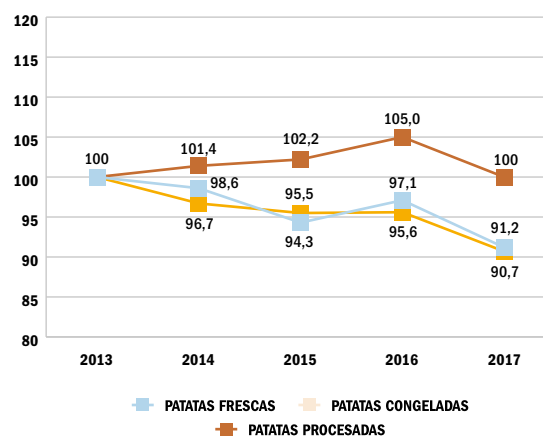
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PATATAS, 2013-2017



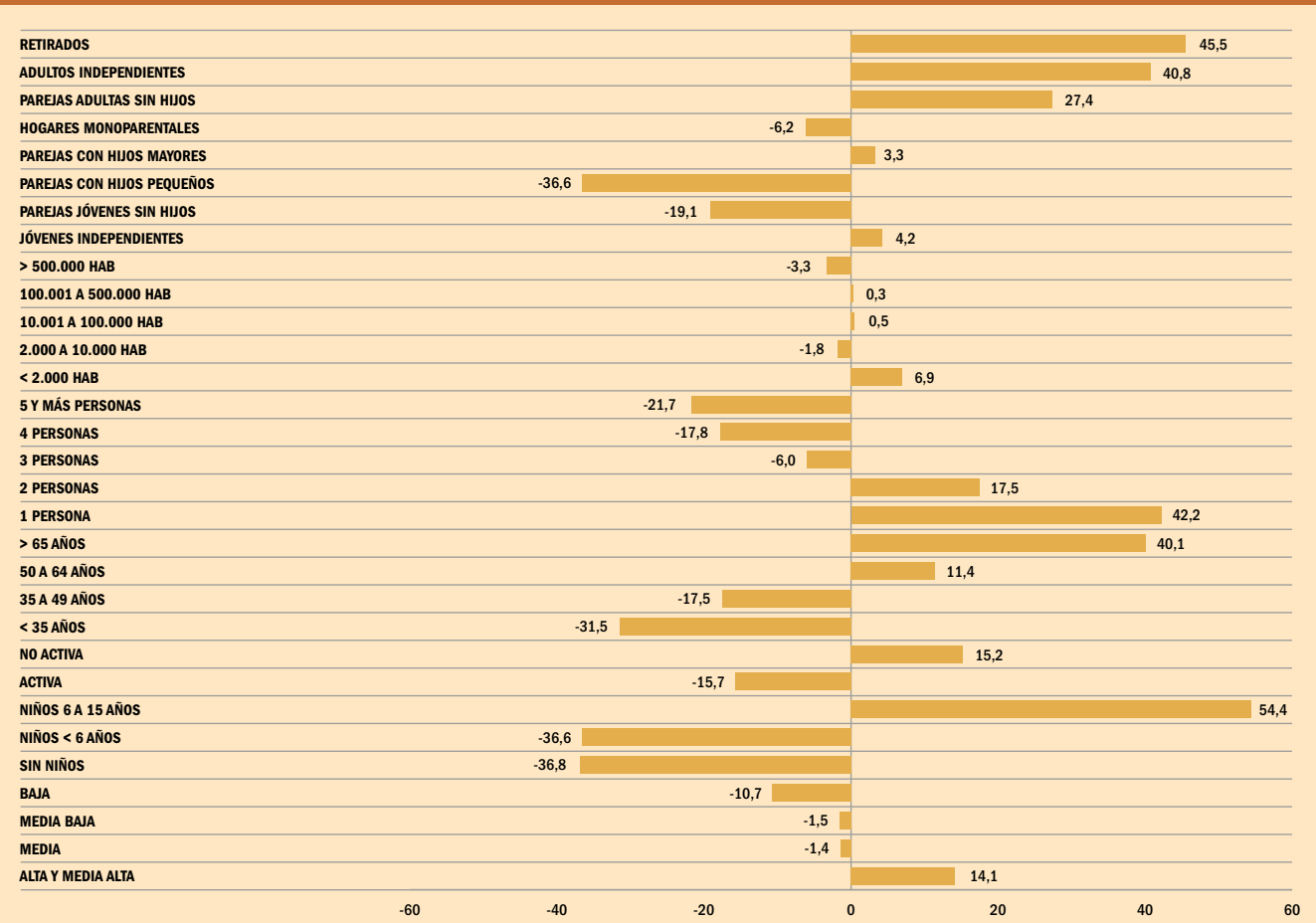
En la familia de patatas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de patatas procesadas se mantiene estable y, por el contrario, en patatas frescas y patatas congeladas se produce un descenso.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PATATAS (2013=100), 2013-2017

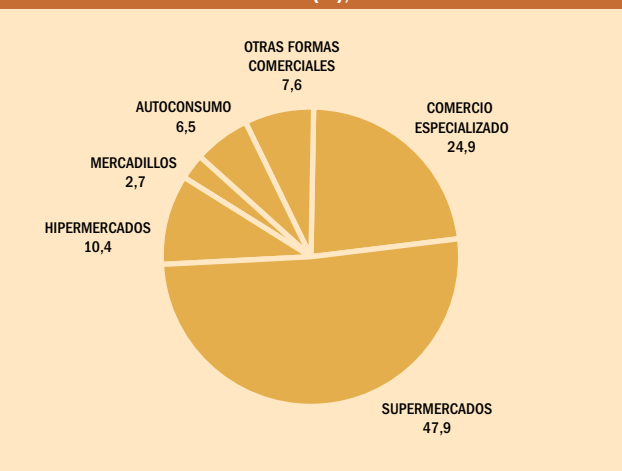


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PATATAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 28,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PATATAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (51,3% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 22,6%, mientras que el hipermercado concentra el 9,8%. El autoconsumo representa un 6,1%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 2,7%. Las otras formas comerciales acaparan el 7,5% restante. ○



## CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 4.216,7 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 6.140,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 92,5 kilos de consumo y 134,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (23,4 kilos por persona y año), lo que representa un 25,3% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (15,6 kilos per cápita y 16,9% del consumo total), de los plátanos (11,6 kilos per cápita y 12,5% de consumo) y de las manzanas (9,8 kilos per cápita y 10,6% de consumo).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 18,9%, con un total de 25,4 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 12,8% y un total de 17,3 euros por persona. A continuación, se encuentran las



manzanas, con un porcentaje del 10,1% y 13,6 euros por persona al año; y los melones y sandías, que alcanzan el 10% del gasto total en frutas frescas (13,5 euros por persona). ○

## CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL FRUTAS FRESCAS</b>	<b>4.216,7</b>	<b>92,5</b>	<b>6.140,6</b>	<b>134,6</b>
NARANJAS	812,8	17,8	799,2	17,5
MANDARINAS	256,5	5,6	360,9	7,9
LIMONES	116,0	2,5	190,8	4,2
PLATANOS	527,7	11,6	789,0	17,3
MANZANAS	448,9	9,8	619,8	13,6
PERAS	231,7	5,1	347,5	7,6
MELOCOTONES	158,3	3,5	247,0	5,4
ALBARICOQUES	41,7	0,9	77,4	1,7
FRESAS Y FRESONES	116,5	2,6	301,8	6,6
MELON	328,1	7,2	327,6	7,2
SANDIA	383,2	8,4	285,3	6,3
CIRUELAS	57,2	1,3	103,8	2,3
CEREZAS	58,0	1,3	180,2	4,0
UVAS	90,7	2,0	222,4	4,9
KIWI	129,8	2,8	365,3	8,0
AGUACATE	43,5	1,0	148,7	3,3
PIÑA	81,3	1,8	121,7	2,7
OTRAS FRUTAS FRESCAS	240,8	5,3	522,5	11,5
FRUTAS IV GAMA	82,1	1,8	148,3	3,3
FRUTAS IV GAMA	84,6	1,9	150,5	3,4

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas frescas, mientras que los in-

dices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

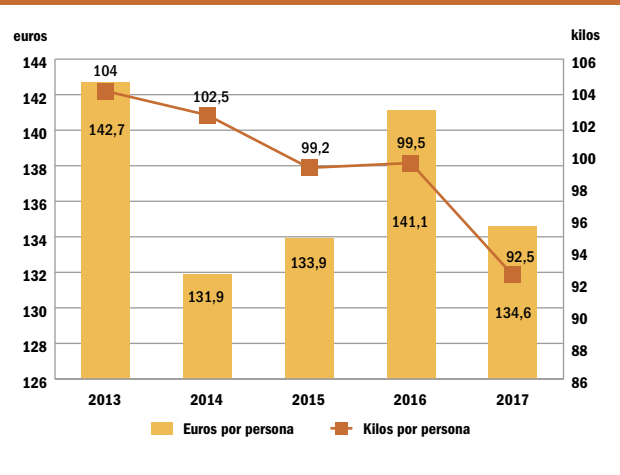
- Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Navarra, 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, Andalucía y La Rioja. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

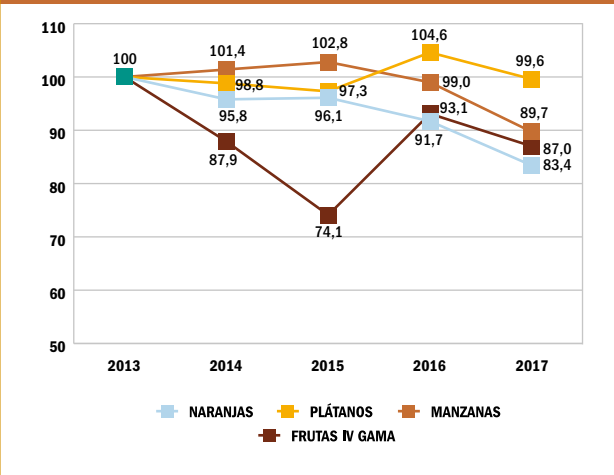
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas ha caído 11,5 kilos por persona y el gasto ha descendido 8,1 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2013 (104 kilos y 142,7 euros por consumidor).

En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, en el consumo de plátanos, manzanas, frutas de IV Gama y naranjas se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS FRESCAS, 2013-2017



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS FRESCAS (2013=100), 2013-2017





# mercamadrid

Si eres un profesional de la alimentación  
**Tu sitio es Mercamadrid**



Más de **2.500.000** de  
Tm. de productos  
comercializados



**Superficie:**  
2.215.060 m<sup>2</sup>

**Área de influencia:**  
500 km.  
12 mill. consumidores



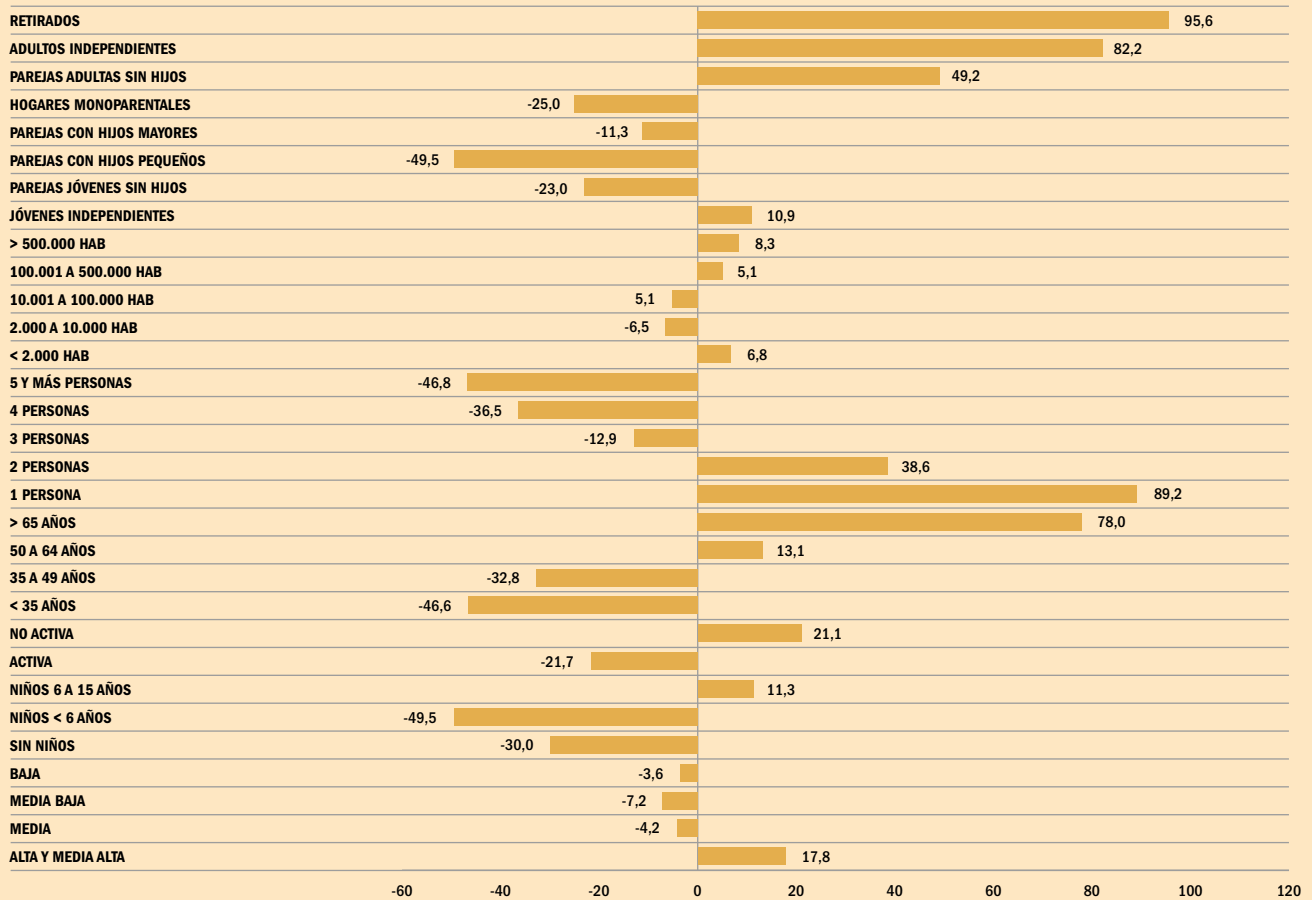
**Diariamente acceden:**  
20.000 personas  
17.000 vehículos



[www.mercamadrid.es](http://www.mercamadrid.es)  
[comercial@mercamadrid.es](mailto:comercial@mercamadrid.es) • [mercamadrid@mercamadrid.es](mailto:mercamadrid@mercamadrid.es)  
Tel: +34 917 850 000

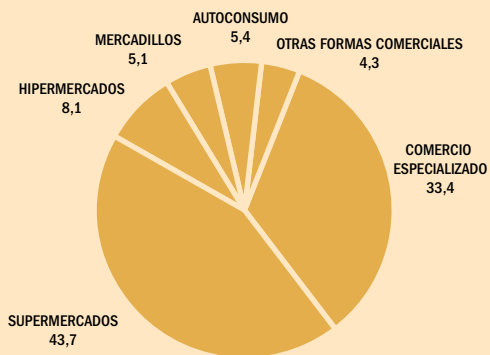


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 92,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los supermercados (43,7% de cuota de mercado).

Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 33,4%, mientras que el hipermercado concentra el 8,1%. El autoconsumo, por su parte, acapara el 5,4%, mientras que los mercadillos suponen el 5,1%. Las otras formas comerciales representan el 4,3% restante. ○





## PRODUCTOS VEGETALES CONGELADOS

La producción española de vegetales congelados presenta una muy positiva tendencia. Durante 2017 se produjeron algo menos de 775.000 toneladas, con un incremento interanual del 13%, lo que supone su mejor resultado en los últimos diez años. En 2007 se produjeron algo menos de 467.920 toneladas, lo que indica un importante crecimiento del 66% durante la última década. La facturación general de ese mercado llegó hasta los 775 millones de euros.

El principal vegetal congelado es el brócoli, con 130.090 toneladas (16% del total) y un crecimiento interanual del 20%. A continuación se sitúan los pimientos, con 111.160 toneladas (+11%) y los guisantes, con más de 97.560 toneladas. Estas tres grandes ofertas acaparan el 61% de la producción total de vegetales congelados. Por detrás de éstas, aparecen las judías verdes, tanto planas como redondas, con 63.340 toneladas y las espinacas, zanahorias, coliflores y cebollas, con cifras de producción entre las 33.000 y las 43.000 toneladas. La producción de vegetales congelados se concentra en las comunidades de Navarra y Murcia. Entre las dos concentran el 66% de toda la producción española. La producción navarra ronda las 301.800 toneladas y tienen como sus principales partidas al brócoli, coliflor, guisantes, pimientos, patatas y tomates. En el caso de Murcia, la producción se sitúa ligeramente por debajo de las 234.820 toneladas. Sus principales productos son el brócoli, pimiento, coliflor, cebolla, zanahoria y calabacín. Después de Navarra y Murcia, aparecen Castilla y León, La Rioja, Extremadura, Castilla-La Mancha, Aragón y Andalucía como zonas importantes de producción de vegetales congelados. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector industrias de verduras congeladas es el segundo más importante de Europa, tan solo por detrás de Bélgica. Se trata de un sector que tiene una elevada capacidad exportadora y que registra unos fuertes procesos de concentración. La Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC) está compuesta en la actualidad por doce compañías de implantación nacional que suponen el 95% de la producción nacional. Tienen 20 plantas de producción y exportan alrededor del 64% de su producción. La plantilla conjunta de todas esas em-

presas de unos 2.000 trabajadores y generan unos 10.000 puestos de trabajo indirectos. Las cuatro compañías más importantes controlan el 75% del negocio internacional y representan más del 70% de la facturación total del sector. La empresa más importante del sector tiene una producción de 276.000 toneladas, la segunda llega hasta las 145.000 toneladas y la tercera ronda las 113.000 toneladas. En el caso de las patatas prefritas, el principal operador declara unas ventas de 76.300 toneladas y el segundo llega hasta las 37.000 toneladas. Las marcas de distribución son claves en este mercado. La principal empresa del sector provee de vegetales congelados a una de las principales cadenas de distribución alimentaria de nuestro país. Las marcas blancas acaparan una cuota del 88,5% del total en volumen y del 77,1% en valor. ○

### COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un elemento central para mantener los actuales volúmenes de producción del sector español de los vegetales congelados. En 2017 se exportó un 64% de toda la producción de frutas y hortalizas congeladas, un 7% más que en el ejercicio precedente. Esas exportaciones se dirigen de manera preferente hacia otros destinos de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania, Reino Unido, Bélgica, Portugal y Holanda. Durante los últimos años se han incrementado las partidas exportadas hacia otros mercados, entre los que destacan Estados Unidos, Brasil, Canadá y Arabia Saudí. El 85% de la producción española de brócoli congelado se vende fuera de nuestras fronteras. Ese porcentaje, en el caso de los pimientos, llega hasta el 83% del total producido. Más del 50% de la producción espinacas, coliflores y cebollas se exporta, mientras que en el caso de las zanahorias esa cuota se reduce hasta el 27%. Las importaciones son poco significativas y sólo pueden mencionarse algunas partidas, provenientes de forma mayoritaria de China o Perú, de materia prima que se utiliza para preparar el producto final. También la mayoría de las patatas prefritas que se consumen en España son importadas, debido a que las principales empresas en este caso son filiales de compañías multinacionales que producen fuera de nuestras fronteras. ○

## CONSERVAS VEGETALES

Durante 2017 el mercado de conservas vegetales ha mostrado un dinamismo que parecía haber desaparecido en los últimos ejercicios. Esto se ha debido, fundamentalmente, al buen comportamiento de algunas ofertas, entre las que destacan las conservas de espárragos, alcachofas, pimientos y judías verdes. También se registra un auge de las conservas artesanales, con productos IGP o DO y de las conservas ecológicas. Cataluña, Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y la región de Murcia concentran alrededor del 70% del total de la producción nacional del sector.

Las estimaciones disponibles indican un incremento del mercado en volumen en torno al 1,9%, mientras que en valor ese incremento es de un más importante 3,9%, rondando los 570 millones de euros. Se considera que las ventas de conservas de pimientos crecieron en un importante 6%, mientras que las de alcachofas y espárragos lo hicieron en un 4,1% y las de judías verdes en un 3,1%. El resto de las conservas mantuvieron un comportamiento más moderado, aunque positivo en la mayoría de las ocasiones. Atendiendo al volumen comercializado, la principal conserva vegetal es la del tomate entero y triturado, con el 33,6% del total en volumen y el 14,8% en valor. En segundo lugar se sitúan los espárragos, con unas cuotas respectivas del 11,7% y del 25%. A continuación aparecen los champiñones y setas (9,2% en volumen y 9,7% en valor), el maíz dulce (9,1% y 10,6%), los pimientos (7,8% y 12,2%), las judías verdes (6% y 3,4%), los guisantes (4,8% y 4,3%), las alcachofas (4,6% y 7,9%) y las menestras (2,3% y 1,7%). Los restantes 10,6% en volumen y 10,3% en valor corresponden a las otras conservas, entre las que destacan algunas nuevas ofertas como la quínoa. Dentro de las conservas de frutas, las más importantes con gran diferencia son las presentaciones en almíbar que constituyen el 86,9% del total en volumen y el 79,2% en valor. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los años de atonía del mercado español han favorecido una mayor concentración en el sector empresarial que ha pasado de una realidad caracterizada por un gran número de pequeños y medianos operadores a una situación



actual con el fuerte predominio de grandes grupos basados en importantes estrategias de internacionalización. El principal fabricante y distribuidor de conservas vegetales en España alcanza unas ventas netas de 308 millones de euros, mientras que el segundo llega hasta los 204 millones de euros, el tercero supera los 167 millones de euros, el cuarto ronda los 105 millones de euros y el quinto se sitúa en unos 55 millones de euros. Aunque la mayoría de los grupos más importantes del sector son de capital esencialmente español, la penetración de capitales internacionales empieza a ser significativa y existen algunas filiales de grandes compañías multinacionales que tienen cuotas importantes de mercado en algunas ofertas. Las marcas de distribución son importantes en este mercado. Entre las conservas de espárragos acapa-

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	222,70
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	206,90
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	200,00
Compre y Compare, S.A. *	194,00
Grupo Helios *	177,00
Hero España, S.A. *	176,89
Coop. Alimentos del Mediterráneo *	158,00
H.J. Heinz Foods Spain, S.L. *	150,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	142,94
Juver Alimentación, S.L. *	134,85

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



ran el 59,8% del total en volumen y el 54,5% en valor, mientras que en el tomate triturado y pelado llegan hasta el 80,5% y el 74,1% respectivamente. En el caso de las conservas de pimiento sus cuotas son del 48,9% en volumen y el 46,8% en valor y en las de guisantes llegan hasta el 78,8% y el 69,4%. En las judías verdes esos porcentajes se reducen al 48,9% y 43,6%. ○

## COMERCIO EXTERIOR

La internacionalización es un recurso clave para las grandes empresas del sector español de conservas vegetales. Esa internacionalización tiene dos vías principales. La primera es el impulso decidido a las exportaciones. La segunda es la creación de plantas de producción en otros países para aprovechar la cercanía a la materia prima e incrementar la eficiencia en los procesos de transformación.

Durante 2017 se exportaron alrededor de 450.000 toneladas de conservas de tomate (+7,4%), por un valor que rondó los 342 millones de euros (+0,5%), unas 48.000 toneladas de conservas de setas y champiñones (-5,9%),

cuyo valor alcanzó los 73,5 millones de euros (-6,5%), unas 30.000 toneladas de conservas de alcachofas (-5,4%), por un valor cercano a los 66 millones de euros (-0,4%) y unas 24.400 toneladas de conservas de maíz (+6%), por un valor de 37,3 millones de euros (+0,4%). Se estima que, en términos generales, las exportaciones representan el 41% del total de la producción sectorial, mientras que su valor puede rondar el 50%.

Las importaciones son menos importantes. Se importaron en el pasado año 31.700 toneladas de conservas de maíz (+6%), por un valor de 54,5 millones de euros (+5,9%), unas 14.300 toneladas de conservas de alcachofas (+53%), por un valor de 32 millones de euros (+50%), unas 13.000 toneladas de conservas de pimientos (-4,4%), por un valor de 25 millones de euros (-2,1%) y unas 6.900 toneladas de conservas de guisantes (-17,5%), por un valor de 7,7 millones de euros (-14%). Las importaciones de conservas de espárragos, por su parte, se redujeron en un 15,5%, quedando en unas 34.000 toneladas, por un valor de 85 millones de euros (-19%). Nuestros principales proveedores son China (64,5% del total) y Perú (31,2%). ○



## CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 592 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.285,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13 kilos de consumo y 28,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (9,9 kilos por persona y año), mientras que las frutas

y hortalizas congeladas representan un consumo de 3,1 kilos por 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 78,4% del gasto, con un total de 22,1 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,3% y un total de 6 euros por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 24,8% del total de los productos hortofrutícolas transformados (7 euros per cápita). ○

### CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS</b>	<b>592,0</b>	<b>13,0</b>	<b>1.285,4</b>	<b>28,2</b>
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	451,0	9,9	1.009,8	22,1
GUISANTES	9,8	0,2	23,0	0,5
JUDÍAS VERDES	12,0	0,3	18,0	0,4
PIMIENTOS	15,6	0,3	64,9	1,4
ESPÁRRAGOS	23,9	0,5	133,9	2,9
ALCACHOFAS	9,1	0,2	40,7	0,9
CHAMPIÑONES Y SETAS	18,5	0,4	51,6	1,1
MAÍZ DULCE	18,3	0,4	55,9	1,2
MENESTRA	4,6	0,1	8,7	0,2
TOMATES	239,1	5,2	321,0	7,0
TOMATE FRITO	171,7	3,8	242,7	5,3
TOMATE NATURAL	67,3	1,5	78,3	1,7
TOMATE NATURAL ENTERO	9,9	0,2	12,6	0,3
TOMATE NATURAL TRITURADO	57,5	1,3	65,7	1,4
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	21,2	0,5	54,2	1,2
FRUTA EN CONSERVA	79,2	1,7	237,9	5,2
MERMELADAS, CONFITURAS	29,8	0,7	105,4	2,3
FRUTA ALMÍBAR	42,5	0,9	103,8	2,3
FRUTA ESCARCHADA	0,7	0,0	4,0	0,1
RESTO FRUTA CONSERVA	6,2	0,1	24,8	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	141,0	3,1	275,6	6,0
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	140,0	3,1	270,5	5,9
ESPINACAS	12,2	0,3	20,1	0,4
GUISANTES	24,4	0,5	41,0	0,9
JUDÍA VERDE	30,9	0,7	41,9	0,9
COLIFLOR	3,9	0,1	8,7	0,2
PIMIENTOS	2,2	0,0	4,6	0,1
BRÓCOLI	6,4	0,1	10,7	0,2
MENESTRA	14,6	0,3	26,3	0,6
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	45,4	1,0	117,2	2,6
FRUTAS CONGELADAS	1,0	0,0	5,1	0,1

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad comprendida entre 35 y 49 años de edad.

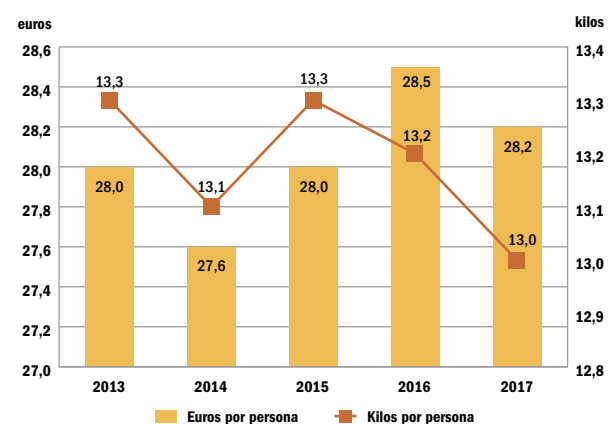
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos pequeños (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y parejas jóvenes con hijos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cantabria y Castilla-La Mancha cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Galicia y La Rioja. ○

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

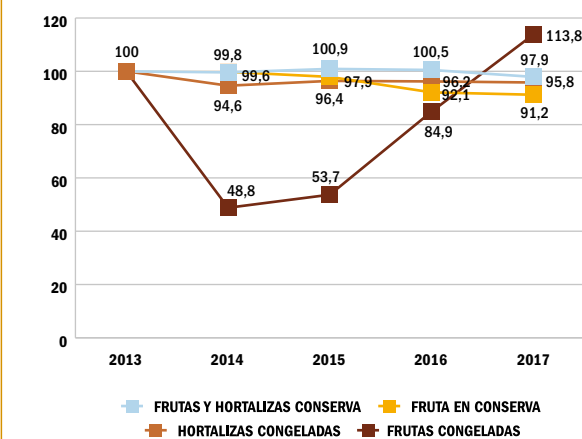
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas ha descendido 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 0,2 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2013 y 2015 (13,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (28,5 euros por consumidor).

En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de frutas y hortalizas congeladas aumenta, mientras que en frutas y hortalizas en conserva, hortalizas congeladas y frutas en conserva se produce un descenso.

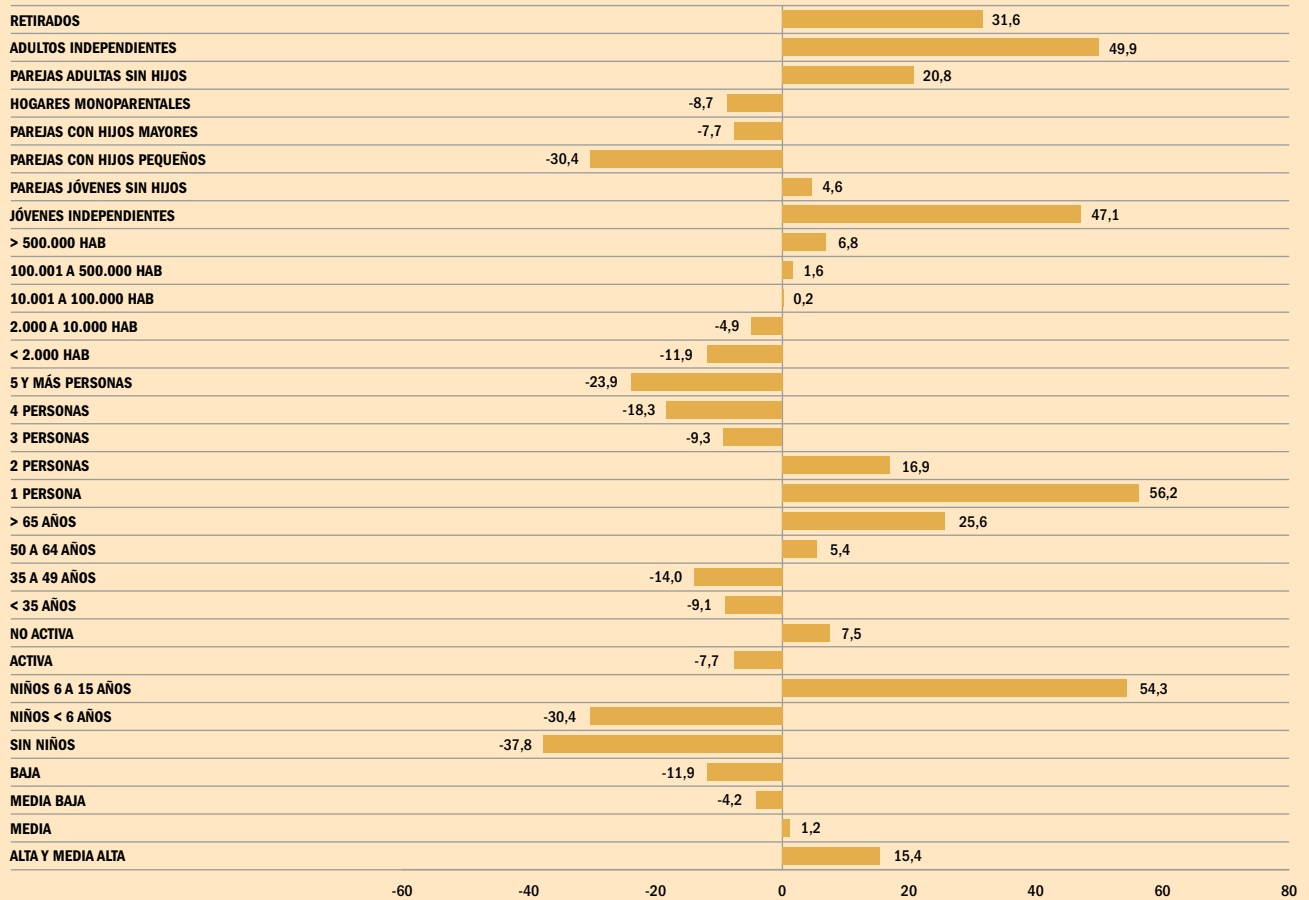
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS (2013=100), 2013-2017

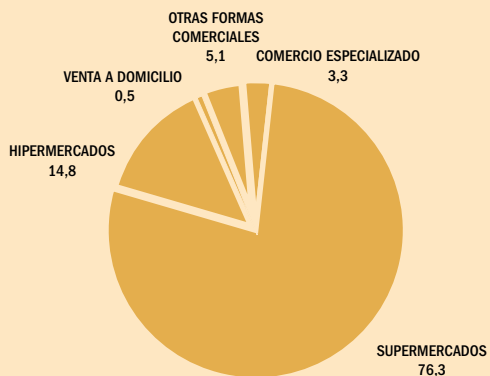


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 13,0 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (77,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14% y los establecimientos especializados llegan al 2,9%. La venta a domicilio supone el 0,5% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 4,8% restante. ○





## ZUMOS

El mercado español de zumos ha registrado una cierta disminución de sus volúmenes comercializados durante el último ejercicio computado. Según la Asociación Europea de Fabricantes de Zumos (AIJN) se situó en torno a una cifra ligeramente superior a los 808,1 millones de litros, con un descenso interanual del 2,7%. Nuestro país aparece como el cuarto mayor mercado en el consumo de zumos y néctares, por detrás de Alemania (2.360 millones de litros), Francia (1.415 millones de litros) y Reino Unido (1.115 millones de litros). En toda la UE se vendieron unos 9.300 millones de litros de zumos y néctares, un 2,4% menos que un año antes. De esta manera, se acumula un descenso del 10% durante el último lustro.

El zumo de naranja sigue siendo el preferido de los españoles, con una cuota de mercado que ronda el 34% del total. A bastante distancia aparecen los zumos de piña (19,2%) y melocotón (17,8%). A continuación aparecen los zumos multifrutas (12,6%) y los de manzana (3,9%). El 77,4% de los néctares y zumos que se venden en nuestro país se envasan en cartón. A continuación aparecen los envases de plástico (15,7%) y los de vidrio, que suponen otro 6,5%. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay unas 50 empresas fabricantes y comercializadoras de zumos, pero los 22 grupos integrados en la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (ASOZUMOS) acaparan alrededor del 90% de toda la producción. Las marcas blancas controlan el 63% de todas las ventas de néctares y el 46% de las de zumos. Según la AIJN, los dos grupos más importantes alcanzan unos volúmenes de producción que, en el primer caso, llegan hasta los 88,2 millones de litros en zumos y de 101,4 millones de litros en néctares, mientras que el segundo alcanza los 40,2 millones de litros de zumos y los 39,1 millones de litros en néctares. Atendiendo a las cifras de negocio es difícil proporcionar datos fiables, ya que muchas de las más grandes empresas fabricantes de zumos tienen otras líneas de negocio (principalmente refrescos), lo que dificulta conocer con detalle la facturación generada por el mercado de zumos. En cualquier caso, la principal empresa del sector declara una facturación de 3.000 millones de euros, la segunda llega a los 1.131 millones de euros y la tercera ronda los 672 millones de euros. ○



*El zumo de naranja sigue siendo el preferido de los españoles, con una cuota de mercado que ronda el 34% del total. A bastante distancia aparecen los zumos de piña (19,2%) y melocotón (17,8%)*

### PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y MOSTOS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Coca-Cola España *	3.000,00
AMC Group Fresh and Juices, S.A. - Grupo *	1.131,10
J. García Carrión, S.A. (JGC) - Grupo *	671,57
Schweppes, S.A. *	523,43
Pepsico Bebidas Iberia *	410,00
Calidad Pascual, S.A.U. - División Bebidas *	210,00
Desarrollos Alimentarios Frescos, S.A. (Dafsa) *	190,00
Hero España, S.A. *	176,89
Refresco Iberia, S.A.U. *	160,00
Juver Alimentación, S.L. *	134,85

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de zumos son muy importantes para mantener los actuales niveles de producción del sector. Durante 2017 se exportaron más de 775.670 661.000 toneladas de zumos y néctares, por un valor que ronda los 730,6 millones de euros. Nuestro país aparece de esa manera como el más importante exportador de zumos y néctares de la Unión Europea. El principal mercado de destino de los zumos españoles es Francia, con unas ventas que se acercaron a los 177 millones de euros, lo que supone algo menos del 30% del total, seguida por Reino Unido (63,3 millones de euros). En los últimos tiempos, las exportaciones hacia países fuera de la Unión Europea han crecido de forma notable, representando ya una cifra de negocio por encima de los 180 millones de euros. Los mercados asiáticos (China, Japón y Corea del Sur en especial) y los Estados Unidos parecen ser los destinos más prometedores. Los zumos más exportados fueron los de cítricos (42% del total) y los de uva (25%). Las importaciones son menos importantes y se sitúan en torno a los 210 millones de litros y los 282 millones de euros. Holanda, Bélgica, Brasil y Costa Rica son nuestros principales proveedores. ○



## CONSUMO Y GASTO EN ZUMO

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 419,7 millones de litros de zumo y gastaron 434,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 9,2 litros de consumo y 9,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los néctares (4 litros por persona y año), seguidos de los zumos concentrados, que alcanzan 2,5 litros per cápita al año. En términos de gasto, los néctares concentran el 37,9%, con un total de 3,6 euros por persona, mientras que los zumos concentrados presentan un porcentaje del 22,1% y un total de 2,1 euros por persona al año. ○

### CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL ZUMO Y NÉCTAR</b>	<b>419,7</b>	<b>9,2</b>	<b>434,4</b>	<b>9,5</b>
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	76,8	1,7	117,5	2,6
ZUMO CONCENTRADO	114,9	2,5	93,6	2,1
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	21,9	0,5	15,3	0,3
CONCENTRADO MELOCOTÓN Y MEZCLA	28,6	0,6	21,1	0,5
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	15,1	0,3	11,2	0,2
OTROS CONCENTRADOS	49,3	1,1	46,0	1,0
NÉCTARES	184,2	4,0	164,7	3,6
NÉCTAR LIGHT O SIN AZÚCAR	112,4	2,5	94,5	2,1
ZUMOS DE HORTALIZAS	3,3	0,1	3,7	0,1
RESTO ZUMO Y NÉCTAR	40,5	0,9	54,9	1,2
ZUMOS ENRIQUECIDOS	111,4	2,4	100,5	2,2
ENRIQUECIDO CON CALCIO	0,0	0,0	0,0	0,0
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	105,4	2,3	84,4	1,8
ENRIQUECIDO CON CALCIO Y VITAMINAS	0,3	0,0	0,2	0,0
OTROS ZUMOS ENRIQUECIDOS	5,7	0,1	15,9	0,3

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de zumos durante el año 2017 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 zumos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de zumos es mayor.
- En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de zumos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de zumos, mientras que los índices

más reducidos tienen lugar en las viviendas en las que habitan 5 miembros o más.

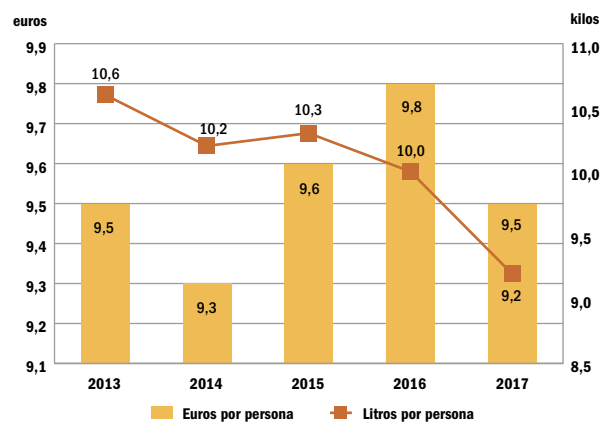
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de zumos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de la edad de los miembros que componen la pareja, en los hogares monoparentales, y entre los retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Asturias y, sobre todo, Cantabria. ○

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

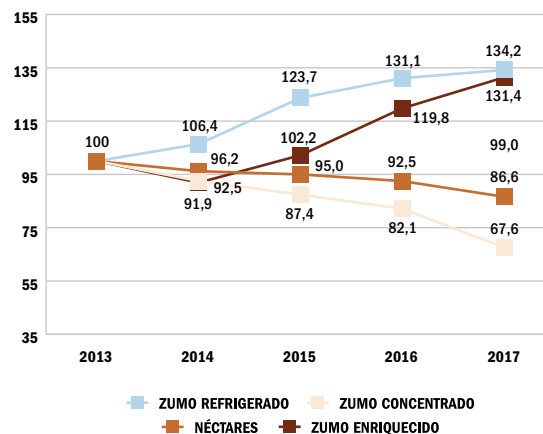
Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 1,4 litros por persona y el gasto se ha mantenido estable. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (10,6 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (9,8 euros por consumidor).

En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2012-2016 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2012, el consumo de zumos refrigerados aumenta y, por el contrario, en néctares, zumos enriquecidos y concentrados se produce un descenso.

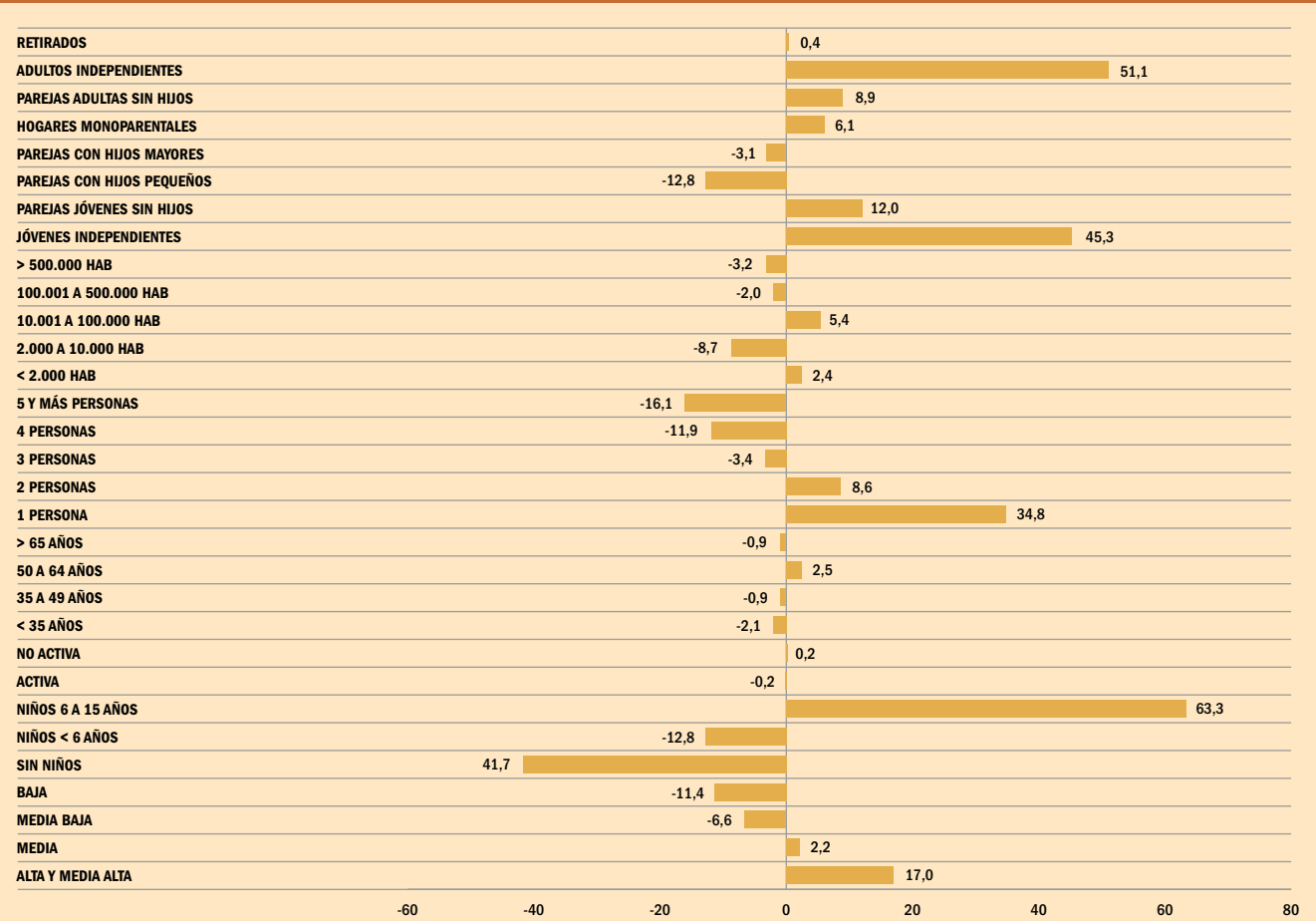
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ZUMO, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ZUMO (2013=100), 2013-2017

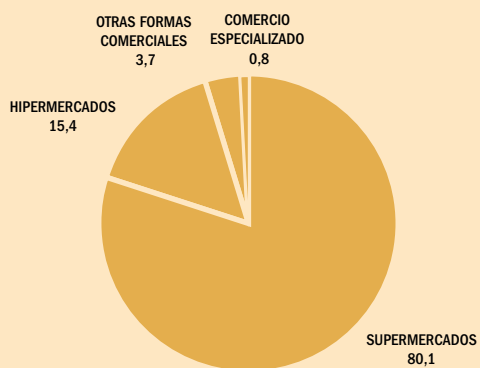


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ZUMO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 9,2 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumos a los supermercados (80,1% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 15,4%. Los establecimientos especializados representan el 0,8%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 3,7%. ○





## PATATAS FRITAS, FRUTOS SECOS Y SNACKS

El mercado de aperitivos muestra una tendencia positiva que resulta más acusada en los frutos secos y snacks y algo menos en las patatas. Así durante 2017 se vendieron un total de 178 millones de kilos, con un incremento interanual del 4,2%, mientras que en valor su crecimiento fue de un más importante 6,7%, llegando hasta los 1.313 millones de euros. Entre los frutos secos, los incrementos interanuales fueron del 7,8% en valor (676,2 millones de euros) y del 4,7% en volumen (84,8 millones de kilos), mientras que entre los snacks fueron del 8,4% en valor (328,6 millones de euros) y del 8,5% en volumen (40,8 millones de kilos). En el caso de las patatas fritas los aumentos fueron de unos más moderados 2,9% en valor (308,6 millones de euros) y del 0,4% en volumen (52,4 millones de kilos). Dentro de los frutos secos y atendiendo únicamente al valor comercializado, la principales ofertas son las de las nueces (18,3% del total), pipas (18,2%), almendras (14,9%), mezclas (14%), pistachos (11,8%), cacahuetes (8,7%), avellanas (4,6%) y anacardos (3,8%).



En el caso de los snacks, son los de maíz los más demandados (38,6% del total en valor), seguidos por los gusanitos (22,9%) y las cortezas (9,2%). Por último, las patatas tradicionales acaparan el 35% de la facturación de esta categoría, las de sabores llegan al 28,9% y las artesanas/caseras al 18%. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según la Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) el sector está compuesto por alrededor de 500 empresas, con una plantilla conjunta que ronda los 20.000 trabajadores, en las que puede detectarse una gran heterogeneidad, ya que junto a grandes grupos multinacionales aparece una base de pequeños y medianos operadores con redes de comercialización de ámbito local. También es posible ver que, en los últimos tiempos, atraídas por las buenas perspectivas de mercado, algunas empresas de sectores afines están presentando nuevas ofertas de aperitivos. Las 15 empresas que forman la AFAP acaparan más del 60% de todo el sector.

La empresa líder de frutos secos y snacks registra una facturación de 452 millones de euros anuales (74.000 toneladas de producción), mientras que la segunda llega hasta los 350 millones de euros y la tercera ronda los 242 millones de euros. Entre los 100 y los 215 millones de euros aparecen otros seis grandes grupos. Las marcas de distribución tienen una importancia variable en este mercado. Son claramente dominantes entre los frutos secos, ya que controlan

el 77,4% de todas las ventas en valor, pero pierden peso entre las patatas chips (40,3% del valor total comercializado) y, sobre todo, en los snacks (38,3%) y las patatas snack (26,8%). ○

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Importaco, S.A. - Grupo *	452,00
Grupo Bimbo *	350,00
Borges Agricultura & Industrial Nuts, S.A.	242,00
Frit Ravich, S.L.	214,00
Almendras Llopis, S.A.	210,57
Kellogg España, S.L. *	157,00
Pepsico Foods, A.I.E. *	147,00
Grefusa, S.L. *	100,59
Emicela, S.A. *	100,28
Ignacio de las Cuevas, S.A. *	99,80

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## COMERCIO EXTERIOR

Dentro de los tres productos considerados, frutos secos, snacks y patatas fritas, es únicamente en los primeros donde se registran cifras de comercio exterior significativas. Las exportaciones anuales rondan los 1.050 millones de euros, con un volumen que se acerca a las 150.000 toneladas. Por su parte, las importaciones se sitúan en torno a las 220.000 toneladas y los 1.200 millones de euros. Alemania, Francia e Italia son los principales destinos de las exportaciones españolas de frutos secos, mientras que los principales proveedores son Estados Unidos, Portugal, China y Argentina. Hay que tener en cuenta que algunos de los frutos secos más

consumidos en España no se cultivan aquí, por lo que debe recurrirse inevitablemente a su importación.

Sobre el comercio exterior de snacks y patatas fritas existen pocas estimaciones fiables, ya que se trata de mercados dominados por grandes grupos multinacionales que no registran una buena parte de los movimientos entre sus diferentes filiales. De todas formas, la estrategia de estos fabricantes es la de instalar plantas de producción cerca de los grandes mercados potenciales para reducir costes de transporte y almacenamiento. Algunas partidas no muy importantes se exportan hacia Portugal, Italia, Holanda, Suecia y Finlandia y, fuera de Europa, hacia Japón. ○

## CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 136,3 millones de kilos de frutos secos y gastaron 1005,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3 kilos de consumo y 22 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a las nueces (0,6 kilos por persona y año), seguido de los cacahuetes (0,3 kilos por persona), de las almendras (0,3 kilos per cápita), de las avellanas (0,1 kilos per cápita), y de los pistachos (0,1

kilos per cápita). En términos de gasto, las nueces concentran el 22,3% del gasto, con un total de 4,9 euros por persona, seguido por las almendras, con un porcentaje del 14,1% y un total de 3,1 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos, con el 7,7% y 1,7 euros por persona, los cacahuetes, con el 5,5% y 1,2 euros y, finalmente, las avellanas, con el 4% del total y 0,9 euros por persona al año. ○

### CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL FRUTOS SECOS</b>	<b>136,3</b>	<b>3,0</b>	<b>1.005,5</b>	<b>22,0</b>
ALMENDRA	11,4	0,3	139,3	3,1
ALMENDRA CON CASCARA	5,9	0,1	59,8	1,3
ALMENDRA SIN CASCARA	5,6	0,1	79,5	1,7
CACAHUETE	13,4	0,3	56,5	1,2
CACAHUETE CON CASCARA	5,5	0,1	19,5	0,4
CACAHUETE SIN CASCARA	7,9	0,2	37,0	0,8
NUECES	28,0	0,6	224,5	4,9
NUECES CON CASCARA	21,3	0,5	125,4	2,7
NUECES SIN CASCARA	6,7	0,1	99,1	2,2
AVELLANA	3,3	0,1	41,4	0,9
PISTACHO	6,5	0,1	77,2	1,7
SURTIDO	10,8	0,2	73,4	1,6
OTROS FRUTOS SECOS	62,9	1,4	393,1	8,6

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de frutos secos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutos secos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutos secos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutos secos, mientras que los indi-

ces se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutos secos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Comunidad Valenciana y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Castilla-La Mancha. ○

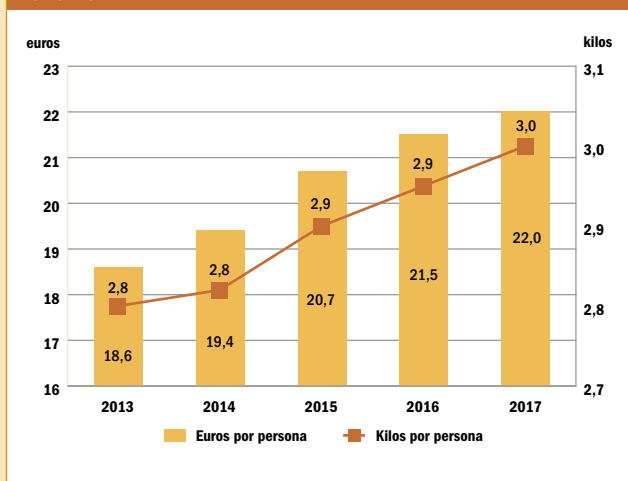
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos ha aumentado 0,2 kilos por persona al año, mientras que el gasto ha experimentado un crecimiento de 3,4 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se

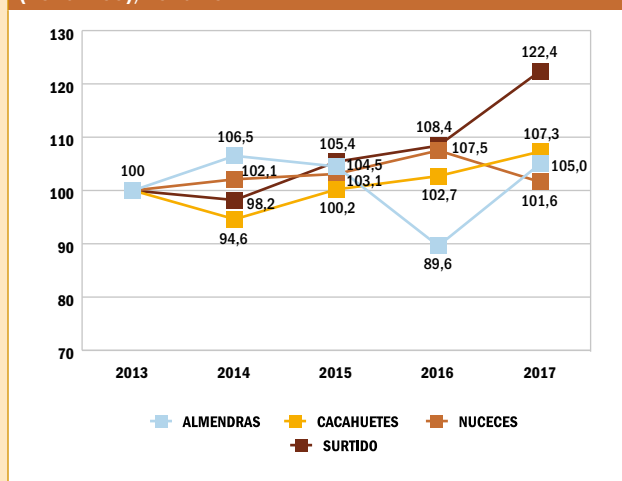
produjeron en el ejercicio 2017, con un total de 3 kilos y 22 euros por consumidor

En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de surtidos, cacahuets, almendras y nueces aumenta

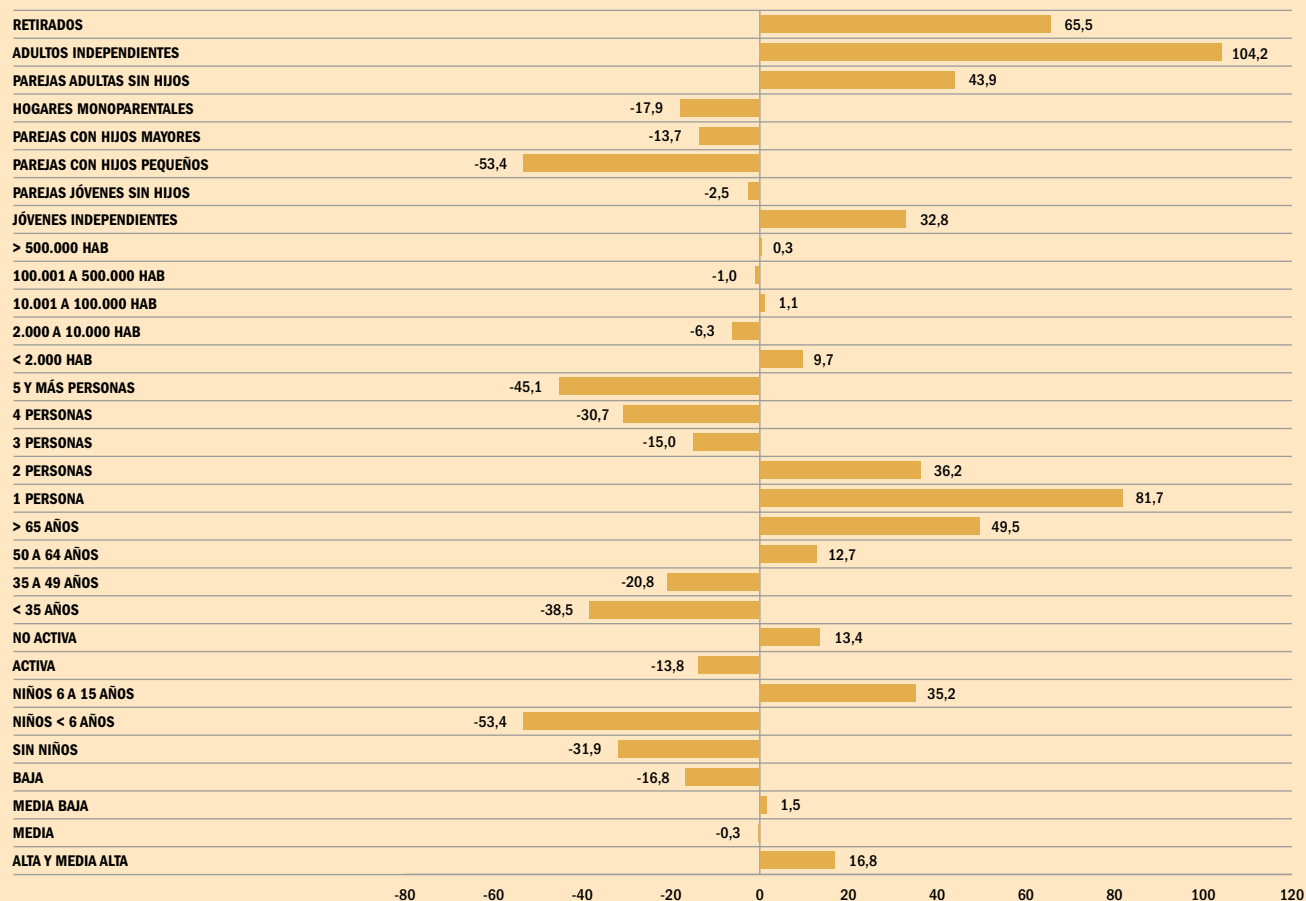
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTOS SECOS, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTOS SECOS (2013=100), 2013-2017

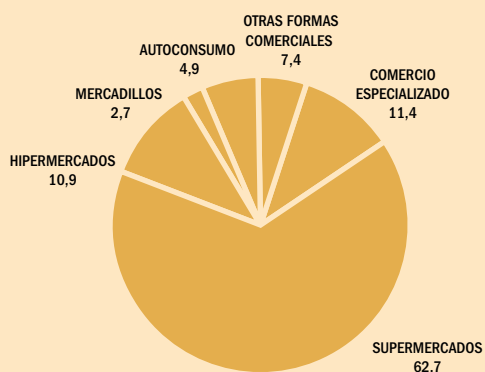


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTOS SECOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 3,0 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (65,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 10,6% y los establecimientos especializados llegan al 10,4%. El autoconsumo representa el 6%, mientras que los mercadillos suponen el 2,1%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 5,4%. ○





## 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

CÍTRICOS 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 FRANCA

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.

## Cítricos Valencianos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Las explotaciones agrícolas de las que proceden nuestros cítricos se sitúan a lo largo de todo el litoral de la Comunidad

Valenciana, desde Castellón a Alicante, una zona privilegiada para la producción de la naranja, la mandarina y el limón.

**CARACTERÍSTICAS:** La ideal climatología valenciana, con alternancia de temperaturas, templada durante la noche (que hace que consiga el idóneo índice de acidez y extraordinario color) y cálida durante el día (para que los cítricos obtengan un adecuado azúcar), propicia que los frutos tengan unas cualidades extraordinarias. Las variedades de cítricos autorizadas por la IGP son un total de 47, entre las 27 de mandarinas, 17 de naranjas y 3 de limones, el Fino y el Verna. Todas deben alcanzar unos parámetros de calidad establecidos que afectan tanto a su aspecto externo (defectos, presentación, etc.) como a su calidad interna (porcentaje de zumo e índice de madurez adecuados).

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene inscritas 34 industrias envasadoras y 3.802 productores, con 9.338 hectáreas en un total de 15.547 parcelas. La comercialización obtenida en esta campaña amparada por el Consejo Regulador fue de 8,4 millones de kilos.

## Cereza del Jerte

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción está en el norte de la provincia de Cáceres, y está constituida por 26 municipios de los

Valles de Jerte, La Vera y Ambroz. La superficie total de la zona de producción es de 9.647 hectáreas.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades principales corresponden a cerezas sin pedúnculo, genéricamente conocidas como picotas; a este grupo pertenecen las Ambrunés, Pico Negro, Pico Colorado y Pico Limón Negro. La denominación también protege a una variedad de cereza con rabo, cuyo nombre es Navalinda. Se clasifican en Primera, Extra y Superextra, con diámetros que van de 21 a 28 milímetros.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie amparada es de 9.647 hectáreas. Los productores inscritos en el Consejo Regulador son 3.668 y hay 5 almacenes. La producción anual es de unos nueve millones de kilos.

## Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida está constituida por 10 municipios de la provincia de Granada.

**CARACTERÍSTICAS:** El clima suave y templado y las condiciones especiales del cultivo dotan a este producto de una singularidad extraordinaria. Es muy apreciado por ser un cultivo extratemprano. Las variedades autorizadas son la Fino de Jete y Campas, comercializándose en las categorías Extra y Primera; el porcentaje de peso de la semilla respecto al total no deberá superar el 10%.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie inscrita es de 600 hectáreas, en las que se producen una media anual de 8 millones de kilos. En el Consejo Regulador figuran 5 empresas que comercializan algo más de 5 millones de kilos de chirimoyas con Denominación de Origen Protegida, de los que tan sólo un 10% se destina a la exportación.

## Clementines de les Terres de l'Ebre<sup>®</sup> (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:** No se dispone de datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

## 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<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>

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<sup>o</sup>

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<sup>o</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:**

La zona geográfica de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los terrenos correspondientes al término municipal de Jumilla, ubicados en la provincia de Murcia.

**CARACTERÍSTICAS:**

De pulpa blanca y jugosa, de sabor muy dulce y azucarado y ligeramente perfumadas. Es de color amarillo

sobre fondo verde, con chapa rojiza en la cara soleada. Se comercializan en categoría Extra con diámetro superior a 58 milímetros y categoría Primera con un diámetro mayor a 52 milímetros.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida están inscritos 100 productores y la superficie de cultivo registrada es de 315 hectáreas. La producción media anual es de 6,5 millones de kilos, que son comercializados por 8 empresas envasadoras.

### Nísperos de Callosa d'En Sarrià<sup>o</sup>

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 noreste 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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción protegida por esta Denominación abarca una extensión de 1.021Has distribuidas en 27 municipios de Rioja Baja y Rioja Media.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades protegidas son Blanquilla y Conferencia. Su

carne es fundente y jugosa, destacando por su alto contenido en azúcar que les da su sabor característico. También supone un gran aporte de vitaminas, fibra y sobre todo calcio. Los rigurosos controles del Consejo Regulador aseguran el origen y el cumplimiento de los numerosos parámetros de calidad recogidos en su reglamento para que el consumidor disfrute de una fruta como la de antes.

**DATOS BÁSICOS:** Es la D.O.P. de peras más antigua de España. Están acogidas 1.021Ha y 20 empresas comercializadoras. La producción anual es de 20 millones de kilos, de los que se comercializan aproximadamente 12 millones. Su principal mercado es el español, exportándose aproximadamente un 10% de la producción.



## Pera de Lleida<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de las peras de Lleida comprende toda la comarca del Pla d'Urgell y algunos municipios de las comarcas de Les Garrigues, La Noguera, El Segria y l'Urgell. Las particularidades del entorno natural de la zona repercuten en las singulares características de estas peras.

**CARACTERÍSTICAS:** La DOP protege el fruto de la especie *Pyrus communis* L., procedente de las variedades Limonera, Blanquilla y Conference, de las categorías Extra y Primera, destinado a consumo en fresco. Presentan un gusto característico debido a su alto nivel

de azúcares, jugosidad y flavor y aromas. En el caso de la variedad Conference otro aspecto diferencial es el tipo de *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 635 hectáreas, 260 productores y 3 empresas envasadoras.

## Poma de Girona<sup>®</sup> (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, 80 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 45 millones de kilos de Manzana de Girona.

## Plátano de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción es el archipiélago de las islas Canarias y está constituida por terrenos agrarios por debajo de 500 m. sobre el nivel del mar.

El archipiélago de las Canarias está formado por siete islas principales: El Hierro, La Gomera, La Palma, Tenerife, Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote. El proceso de maduración y envasado de los plátanos amparados por la IGP Plátano de Canarias se podrá realizar fuera de la zona geográfica de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** De forma oblonga, con una marcada curvatura, estrechándose en su parte de unión con el raquis. El 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 peroxidasa que catalizan reacciones de oxidación relacionadas con el pardeamiento de la piel. Esta característica se manifiesta en el proceso de maduración con la aparición de motitas pardas en la piel, o con mayor susceptibilidad a las rozaduras, en ningún caso esto es indicativo de problemas de calidad en la pulpa. El sabor del plátano canario es dulce por su alto contenido en azúcares.

**DATOS BÁSICOS:** En el año 2011 se comercializaron 350 millones de kilogramos de plátanos canarios, destinando el 99% al mercado español. Sin embargo, al ser muy reciente la aprobación de esta IGP (cuenta con la Protección Nacional Transitoria), todavía no se están comercializando bajo la Indicación Geográfica Protegida. Sin embargo, aspira a amparar en un futuro a toda la producción de plátanos de las islas Canarias.



## Uvas de 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 vinífera*, procedente de la variedad Dominga, que se caracteriza por ser una uva blanca con semilla y de estación tardía. El racimo es grande, de medio kilo a tres kilos, llegando incluso a cinco kilos en algunos casos. Los frutos son gruesos, pesando de seis a ocho gramos y con dos tonos de color: uno amarillo verdoso y otro amarillo rojizo. La pulpa es de consistencia media, crujiente, de sabor fresco y medianamente azucarado y muestra diferentes grados de acidez dependiendo del tiempo de maduración.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos 280 agricultores y cinco empresas comercializadoras que producen una media anual de 15 millones de kilos de uvas con DOP.

## Uva de Mesa Embolsada Vinalopó

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

Abarca la parte centro-occidental de la provincia de Alicante, e integra las poblaciones de Agost, Aspe, Hondón de los Frailes, Hondón de las Nieves, Monforte del Cid, Novelda y La Romana.

**CARACTERÍSTICAS:** Existen dos variedades: Ideal, que se recolecta de septiembre a noviembre, y Aledo, más tardía, que se recolecta de noviembre a enero. Su carácter peculiar responde a la técnica del embolsado en el campo, antes de que la uva empiece a madurar durante los meses de junio y julio. Este sistema es único en el mundo. A partir de ese momento la maduración es más lenta y se consigue un sabor más completo, así como el color y el tamaño más uniformes. Cada año se colocan 160 millones de bolsas entre junio y julio.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 2.320 hectáreas y el número de instalaciones registradas es de 40. La producción media anual se sitúa en 49,8 millones de kilos, de los que se exportan 4,85 millones de kilos.

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS

## ANDALUCÍA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR <sup>o</sup>TOMATE DE LA CAÑADA <sup>o</sup>

## ARAGÓN

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CEBOLLA FUENTES DE EBRO <sup>o</sup>

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ESPÁRRAGO DE NAVARRA \*\*/<sup>o</sup>

## MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

BORRAJA

## CANARIAS

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS

## CANTABRIA

## MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

PATATA

TOMATE

PUERRO

## CASTILLA-LA MANCHA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS <sup>o</sup>BERENJENA DE ALMAGRO <sup>o</sup>MELÓN DE LA MANCHA <sup>o</sup>

## MARCA DE CALIDAD

CEBOLLA DE LA MANCHA

## CASTILLA Y LEÓN

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO <sup>o</sup>PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE <sup>o</sup>

## 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 <sup>o</sup>PATATES DE PRADES (PATATAS DE PRADES) <sup>o</sup>

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

PRODUCTOS HORTÍCOLAS

## COMUNIDAD VALENCIANA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CHUFA DE VALENCIA <sup>o</sup>

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ALCACHOFA DE BENICARLÓ <sup>o</sup>

## 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 <sup>o</sup>

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GRELOS DE GALICIA <sup>o</sup>PATACA DE GALICIA <sup>o</sup> (PATATA DE GALICIA)PEMENTO DA ARNOIA <sup>o</sup>PEMENTO DE OÍMBRA <sup>o</sup>PEMENTO DO COUTO <sup>o</sup>PEMENTO DE MOUGÁN <sup>o</sup>

## LA RIOJA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

COLIFLOR DE CALAHORRA <sup>o</sup>ESPÁRRAGO DE NAVARRA \*\*/<sup>o</sup>PIMIENTO RIOJANO <sup>o</sup>

## MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA <sup>o</sup>

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 <sup>o</sup>

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALCACHOFA DE TUDELA <sup>o</sup>ESPÁRRAGO DE NAVARRA \*\*/<sup>o</sup>

## PAÍS VASCO

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

GERNIKAKO PIPERRA <sup>o</sup> (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) <sup>o</sup>

## MARCA DE GARANTÍA

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC AA

\*\*\*Protección Nacional Transitoria

<sup>o</sup> 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, Cáliz, 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 marchio de la denominación 370.000 kilos en fresco y 310.000 en conserva.

## Alcachofa de Tudela

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de cultivo se extiende por 33 localidades de la Ribera de Navarra que constituyen el área de producción establecida, dentro de la Comunidad Foral.

**CARACTERÍSTICAS:** La alcachofa de Tudela es conocida como la flor de la huerta de Navarra y

únicamente se cultiva la variedad Blanca de Tudela, que se distingue por ser más redondeada y por tener un orificio circular en la parte superior. Las producciones se destinan tanto al mercado en fresco como a conservas, comercializándose en fresco con o sin tallo y en conserva enteras o en mitades. La alcachofa de Tudela es un producto natural que contiene sales de calcio y de potasio, minerales como hierro y fósforo, vitaminas y cinarina.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 427 hectáreas de cultivo, 84 agricultores, 8 comercializadores y 7 industrias elaboradoras. La producción media anual es de 1,6 millones de kilos, de los que el último año se certificaron 153.000 en fresco y 466.000 en conserva.

## Berenjena de Almagro

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida ampara una zona de producción y elaboración localizada en Ciudad Real, en los términos municipales de Aldea del Rey, Almagro, Bolaños, Calzada de Calatrava, Granátula de Calatrava y Valenzuela de Calatrava.

**CARACTERÍSTICAS:** La berenjena de Almagro es la de mejor calidad entre las variedades de la especie *Solanum melongena*, y se cultiva con métodos tradicionales. En el proceso de elaboración se cuece, fermenta, aliña y envasa con todas las garantías. Las presentaciones comerciales amparadas son: aliñadas, embuchadas con pimiento natural, embuchadas con pasta de pimiento y troceadas.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 47 hectáreas, todas sembradas, y 35 agricultores. La producción de berenjena en conserva protegida es de 2,5 millones de kilos anuales. Las 5 empresas inscritas comercializan 1,8 millones de kilos al año con la Indicación Geográfica Protegida.



## Calçot de Valls

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida Calçot de Valls ampara una zona de producción constituida por terrenos de los términos municipales de las comarcas de l'Alt Camp, Baix Camp, Tarragonés y el Baix Penedès, todas ellas en la provincia de Tarragona.

**CARACTERÍSTICAS:** Los calçots protegidos pertenecen a la variedad de cebolla blanca Grande Tardía de Lleida. El proceso consta de siembra de semillas, trasplante de plantel y de la cebolla, trabajos de cultivo específicos y recolección. Para su venta el calçot ha de alcanzar una altura de pierna blanca de 15 a 25 centímetros y un diámetro, medido a 5 centímetros de la raíz, de entre 1,7 y 2,5 centímetros.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritas 52 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 succulentas. 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 340 hectáreas de 16 términos municipales de la comarca valenciana de l'Horta Nord.

**CARACTERÍSTICAS:** La chufa de Valencia se cultiva en terrenos franco-arenosos y clima templado. Aunque se puede consumir en fresco, su destino más habitual es la elaboración de horchata.

Este refresco posee apreciadas propiedades nutritivas y saludables. Además, también la Generalitat valenciana tiene una Denominación de Calidad para la Horchata de Chufa de Valencia.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de chufa seca asciende a unos 350.000 kilos, de la que está amparada más del 90%. La producción de horchata amparada se sitúa entre 30 y 35 millones de litros anuales. En el Consejo figuran inscritos 500 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 50 elaboradores de Horchata de Chufa de Valencia.

## Coliflor de Calahorra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca una extensión de 2.200 hectáreas en los términos municipales de Aguilar del Río, Alhama, Alcanadre, Aldeanueva de Ebro, Alfaro, Arnedo, Autol, Calahorra, Cervera de Río Alhama, Pradejón, Quel y Rincón de Soto.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades elegidas, el clima y el suelo son tres factores fundamentales que se conjugan en La Rioja para conseguir un producto de máxima calidad. La coliflor protegida tiene un índice de compacidad superior al 0,5, de color blanco a blanco cremoso en función de la variedad, con ausencia de 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<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración se ubica en la zona occidental de la Vega de Granada y cuyos términos municipales son: Huétor Tájar, Illora, Loja, Moraleda de Zafayona, Villanueva de Mesía y Salar.

**CARACTERÍSTICAS:** Los espárragos proceden de las variedades de Huétor Tájar tetraploides, muy similares a los espárragos trigueros silvestres. El porte del turión es delgado, el color verde-morado, el sabor es amarguidulce y presenta un intenso aroma. Se comercializan tanto en fresco como en conserva.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene registradas 105 hectáreas de plantaciones de cultivo, y una empresa de Huétor Tájar comercializadora del producto en fresco y en conserva. El volumen de producto elaborado al amparo de la IGP ascendió en el último año a 250.000 kilos.

### Espárrago de Navarra<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie amparada por la Indicación Geográfica Protegida comprende una amplia zona de producción: 188 municipios del valle medio del río Ebro, en su mayor parte del sur de Navarra, junto a zonas colindantes de La Rioja y Aragón.

**CARACTERÍSTICAS:** El espárrago de Navarra es de coloración blanca, suave textura y fibrosidad escasa o nula. La IGP comercializa exclusivamente espárrago blanco, en distintas presentaciones y formatos, y bajo dos formas de elaboración: en fresco (pelado o no) y en conserva.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie inscrita asciende a 985 hectáreas repartidas entre Navarra, Aragón y La Rioja. En los registros del Consejo Regulador están inscritos más de 340 agricultores y 43 empresas. La producción certificada asciende a unos 2,3 millones de kilos, de los que 2,1 se certifican en conserva y el resto en fresco.

### Grelos de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, transformación y envasado se extiende a todos los municipios de Galicia.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto amparado por la IGP Grelos de Galicia se define como la parte vegetativa de la especie

*Brassica rapa L., var. rapa* de las variedades cultivadas autóctonas y de las comerciales Grelos de Santiago y Globo blanco de Lugo destinados al consumo humano. De color verde intenso, más acentuado a medida que la planta se aproxima al momento de floración. Sabor ligeramente ácido, combinado con cierto amargor. Se comercializan en fresco, en los tradicionales manojos de pesos aproximados de 0,5 kg. o 1 kg. congelados o en conserva (elaborados al natural).

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 218 productores, 7 operadores comercializadores en fresco y 4 industrias de procesado. En el año 2011 se alcanzaron 235.686 kilos de producto fresco y 68.590 kilos en conserva amparado por la IGP.

### Melón de La Mancha

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de los melones amparados por la IGP está constituida por 13 municipios de la comarca La Mancha,

todos ellos de la provincia de Ciudad Real, con una superficie protegida de unas 300 hectáreas.

**CARACTERÍSTICAS:** La IGP ampara el melón de la variedad Piel de Sapo, que se distingue por sus características de frescura, sabor y dulzor, muy apreciadas por el consumidor. El 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.

## Patata de Galicia<sup>®</sup> (Patata de Galicia)



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de la patata de consumo protegida por la IGP Patata de Galicia abarca una extensión de 610 hectáreas de las comarcas gallegas de Bergantiños, Terra Chá-A Mariña, Lemos y A Limia, con un total de 30 municipios.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad protegida es la Kennebec, de carne blanca y piel amarilla clara, lisa y fina. Los rendimientos máximos admitidos son de 22.000 kilos/hectárea en secano y 35.000 kilos/hectárea en regadío. La presentación se realiza en envases de 3, 4, 5, 10 y 15 kilos y, excepcionalmente, de 25 kilos para restauración. El calibre mínimo es de 35 milímetros y el máximo de 80.

**DATOS BÁSICOS:** Hay inscritos 732 productores y 13 empresas de comercialización, y la producción anual llega a los 20 millones de kilos, de los que 6,32 millones están amparados por la IGP.

## Patates de Prades<sup>®</sup> (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 algo más de 50.000 kilos de patatas comercializadas bajo la IGP.

## Pemento de Arnoia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:**

La zona de producción, acondicionamiento y envasado incluye el término municipal de A Arnoia y la parroquia de Meréns, en la provincia de Ourense.

**CARACTERÍSTICAS:** Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum 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.

## 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:** Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

### Pemento de Oímbra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA  
PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca orensana de Verín.

**CARACTERÍSTICAS:** Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum 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:** Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

### Pemento do Couto

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca coruñesa de Ferrol. El nombre de la denominación,

O Couto, es un nombre geográfico que se corresponde con el lugar donde se ubica el monasterio conocido popularmente por ese mismo nombre, al que se vincula el inicio de la selección y cultivo de estos pimientos.

**CARACTERÍSTICAS:** Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum 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 16 hectáreas de cultivo, 41 agricultores y 10 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 138.963 kilos, de los que más de 90.000 se comercializan con IGP.

### Pimiento de Fresno-Benavente

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción agrícola se sitúa al noroeste de Castilla y León, ocupando 33 municipios del suroeste 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 Txorierri, Mungía y Busturia, en la provincia de Vizcaya.

**CARACTERÍSTICAS:** El pimiento de Gernika pertenece a la variedad local Pimiento de Bizkaia, resultado de la adaptación a las condiciones climáticas de la zona que ha experimentado la especie originaria de América. Su color es verde intenso y su forma alargada y puntiaguda. Presenta un pedúnculo largo y su tamaño oscila entre los 6 y los 9 centímetros. Al paladar su carne resulta fina y suave, y no pica. En el mercado aparece envasado en bandejas de plástico de 12 unidades.

**DATOS BÁSICOS:** Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

## Pimiento Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de pimiento protegido abarca una extensión de 25 hectáreas en los municipios de la comarca de Nájera y en la localidad de Alfaro, en la Comunidad Autónoma de La Rioja. La IGP ampara tanto la producción en fresco como la destinada a conserva.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad protegida es la del pimiento Najerano, de fruto grueso y largo, de 16-18 centímetros de longitud, 8 milímetros de grosor y 200-300 gramos de peso. De color rojo intenso, con forma cónica y acabada en pico, de superficie rugosa, carne fina y no pican. Su sabroso y peculiar sabor es consecuencia del clima de la zona, el suelo, la calidad de las aguas de riego y unos métodos de elaboración artesanal que se remontan al siglo XIX.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos 17 productores y 4 conserveras que producen una media anual de 500.000 kilos de pimiento riojano, de los que se comercializan 70.000 kilos con IGP.

## Pimiento del Piquillo de Lodosa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Pimiento del Piquillo de Lodosa ampara los terrenos de producción ubicados en los municipios de Andosilla, Azagra, Cárcar, Lerín, Lodosa, Mendavia, San Adrián y Sartaguda; todos ellos en el suroeste de Navarra.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad del Pimiento del Piquillo de Lodosa se caracteriza por su forma plana-triangular en dos caras, punta incisiva ligeramente curva, color rojo y fruto poco pesado y pequeño. La textura es turgente y suave al paladar. El proceso utilizado para las conservas es completamente artesanal. La comercialización con DO se reserva para las categorías Extra y Primera.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador están inscritas 185 hectáreas –casi la mitad en el municipio de Mendavia–, 88 agricultores y 12 empresas elaboradoras. La comercialización con Denominación de Origen asciende a 1,5 millones de kilos anuales.

## Tomate de La Cañada-Níjar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El tomate La Cañada-Níjar es cultivado en los términos municipales de Almería, Níjar, Viator, Pechina, Huerca 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 <sup>o</sup>

#### PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTOS SECOS

### EXTREMADURA

#### FRUTOS SECOS

CACAHUETE

### LA RIOJA

#### MARCA COLECTIVA

NUEZ DE PEDROSO

\* Denominación en tramitación

\*\*\*\*Protección Nacional Transitoria

<sup>o</sup> 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 sembrada 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 <sup>o</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende las comarcas de Tarragona de Baix Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta.

**CARACTERÍSTICAS:** Las avellanas de Reus pertenecen a las variedades Negreta, Pautet, Gironella, Morella y Culplana. De todas ellas la variedad más cultivada es la Negreta. Los frutos secos se presentan en tres tipos: avellanas con cáscara, con un diámetro de 16 a 18 milímetros, y avellanas en grano y tostadas, con un calibre mínimo de 11 milímetros en ambos casos. Las avellanas amparadas por la Denominación de Origen Protegida pertenecen a la categoría Extra.

**DATOS BÁSICOS:** En el área amparada por la Denominación de Origen Protegida se incluyen 8.000 hectáreas, 1.650 productores y 8 industrias elaboradoras, que comercializan una media de 150.000 kilos de avellana amparada por la DOP.

## Pasas de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida se encuentra próxima a las 1.800 hectáreas de viñedo, repartidas entre 32 municipios de la comarca de La Axarquía y

3 de la comarca de Manilva, todos ellos en la provincia de Málaga.

**CARACTERÍSTICAS:** Las pasas de Málaga son un producto de carácter y elaboración tradicional. Prácticamente el 100% de la producción corresponde a uva Moscatel, que es la variedad que mejor se adapta al proceso de pasificación. Por cada 3 kilos de uvas se obtiene uno de pasas.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 1.200 agricultores y 6 empresas envasadoras. La producción media anual es de los que 150.000 kilos que se comercializan con Denominación de Origen Protegida Pasas de Málaga.

## LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

La leche es una de las principales producciones ganaderas de España y su importancia económica sólo está por detrás del porcino y el vacuno. Si bien la producción de leche en España ha ido perdido peso a lo largo de los años, su importancia es aún muy grande no sólo desde el punto de vista económico, sino también social ya que está presente en todas las regiones. Según los datos del ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2017 la producción de leche aumentó en volumen un 1,7% respecto a 2016, encadenando así tres años seguidos de incrementos.

Por su lado, los precios de la misma subieron un 3,7%, con lo que el valor de estas producciones fue superior en un 5,4% al generado un año antes (en 2016 se registró una caída de precios importante).

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2017 supuso el 15,7% de la Producción Final Ganadera y el 6% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año 2016.

El valor generado por este subsector ascendió a 2.972,6 millones de euros a precios básicos, 152 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector descendió. 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 existe una producción muy minoritaria de leche de búfala, que en otros países de Asia e incluso en Italia está muy extendida.

En la Unión Europea, la producción láctea ha estado durante tres décadas limitada por un sistema de cuotas de producción, según el cual se asignaba un volumen máximo a cada Estado miembro por el periodo de cuota, que se extendía desde el 1 de abril de un año determinado hasta el 31 de marzo del año siguiente. La última campaña con limitación de la producción por el sistema de cuotas fue la 2014/2015, y a partir de abril de 2015 la producción de leche de vaca dejó de estar contingentada. ●

### 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 2017 el 15% de la Producción Final Agraria y del 33,9% de la Producción Final Ganadera, porcentajes mucho menores que en el año precedente. Es el subsector ganadero que más aporta a la Producción Agraria Final, con un valor estimado de 54.390 millones de euros, según datos de la Comisión Europea calculados a efectos de sumar la renta agraria anual.

En 2016, el primer año natural sin cuotas lácteas, la producción de leche comunitaria se incrementó en volumen un 0,4% respecto al año anterior, según los datos del Observatorio Europeo del Mercado de la Leche.

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
VACUNO*	6.539	6.793	6.886	7.021
OVINO*	575	441	497	512
CAPRINO**	463	418	460	478

\*Entregas declaradas por los compradores

FUENTE: MAPA

#### PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA Y PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	AÑO	MUNDO	UE	ESPAÑA
QUESOS DE LECHE DE VACA	2015	19.250	9.549	167
	2016	19.424	9.695	206
	2017	19.795	9.170	262
MANTEQUILLA	2015	9.904	2.335	40
	2016	10.014	2.345	42
	2017	10.193	2.133	47
LECHE ACIDIFICADA (YOGUR)	2015	78.000	7.963	830
	2016	92.500	7.988	995
	2017		8.808	1.022
LECHE CONCENTRADA	2015	5.024	1.715	47
	2016	4.538	1.735	59
	2017	4.718	1.660	31
OTRAS LECHE EN POLVO	2015	4.760	710	20
	2016	4.749	720	26
	2017	4.689	947	27

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2015	2016	2017
MUNDO	582.806	589.242	598.528
UE	154.550	156.400	155.933
<b>ESPAÑA</b>	<b>6.793</b>	<b>6.886</b>	<b>7.021</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE VACA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ANDALUCÍA	508,6	523,5	547,1
ARAGÓN	137,4	142	146,2
ASTURIAS	559,4	562,2	559,7
BALEARES	55,1	58	55,4
CANTABRIA	447,4	440	443,1
CASTILLA-LA MANCHA	254,3	261,5	267,8
CASTILLA Y LEÓN	866,3	866,2	894,5
CATALUÑA	713,5	735,7	746,3
COMUNIDAD VALENCIANA	67,4	70	73,2
EXTREMADURA	28,5	29,2	28,1
GALICIA	2.589,8	2.603	2.660,80
LA RIOJA	16,8	18,8	20,4
MADRID	56	57,5	55,2
MURCIA	55,5	60	59,6
NAVARRA	240,6	247,1	246,3
PAÍS VASCO	172,8	174,3	175,7
OTRAS CC.AA	24	37	42
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>6.793</b>	<b>6.886</b>	<b>7.021</b>

FUENTES:MAPA

Por su parte, en el año 2017 la producción total de leche (vaca, cabra y oveja) ascendió a casi 160 millones de toneladas, de las cuales el grueso correspondió a la leche de vaca. ○

## LECHE DE VACA

España es el séptimo país productor de leche de vaca de la Unión Europea. En general, los rendimientos que se obtienen en las granjas de vacuno de leche europeas son muy altos, superiores a los de las granjas españolas.

En 2017, España contaba de 823.390 vacas de ordeño, cifra inferior a la del año precedente. La comunidad autónoma con mayor censo de vacas lecheras es Galicia (42%

del total en 2017), seguida de Castilla y León (11,4%) y Cataluña (9%). También son importantes las cabañas de vacas lecheras de Asturias (8,4%), Andalucía (7,1%) y Cantabria (6%).

Al acabar el año había registrados 14.517 ganaderos de vacuno lechero con entregas declaradas de leche, lo que supone un descenso del 3,4% con respecto al año anterior. Si en 2015 la cifra de ganaderos lácteos parecía estabilizarse, en 2016 se comprobó que su número se está reduciendo de manera significativa y esa tendencia a la baja se mantuvo en 2017.

Las entregas de leche de vaca a las industrias ascendieron en 2017 a 7.020.884,6 toneladas, un 1,9% más que en el año anterior. En 2016 y 2015 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

En la Unión Europea, la producción de leche de vaca es la más importante dentro del sector lácteo.

El censo de vacas lecheras al terminar el año 2017 era de 23,1 millones de cabezas, cifra ligeramente inferior a la del año precedente. La cabaña más numerosa era la de Alemania, a pesar de que en los últimos años ha descendido el número de animales. Por detrás de Alemania se encuentran

Francia, Polonia e Italia. España contaba con el 3,4% de la cabaña de vacas lecheras en el año 2017.

Por su lado, la producción comunitaria de leche de vaca total se situó finalmente en 156 millones de toneladas, frente a los 156,4 millones de toneladas de 2016.

En la última década la producción comunitaria se ha incrementado gracias a una mejora de los rendimientos por explotación.

A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2017 a cerca de 598 millones de toneladas, un volumen muy similar al del año precedente. Además de la Unión Europea, que produce en torno al 24% del total, otros países con gran producción son Estados Unidos, India, Brasil y China. También son grandes productores de leche Rusia, Nueva Zelanda, México y Australia.

En el mundo, tras la producción de leche de vaca la segunda en importancia es la de búfala. ○



# LEYMA natura



## Granjas que cumplen rigurosos requisitos.

La inclusión de una granja gallega en el Registro de Explotaciones Leiteiras de Calidade Diferenciada, está condicionada a una serie de parámetros sanitarios, de calidad de la leche, bienestar animal y seguridad alimentaria.

## Galega 100 %

Es un sello que distingue a los productos lácteos de gran calidad y garantiza su trazabilidad desde la explotación hasta el punto de venta.

Las granjas cumplen requisitos superiores a los que figuran en la normativa comunitaria.



CERTIFICADO POR  
nº registro 1501 LIGAL

Leche FRESCA

## 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 de Aduanas, el valor de las exportaciones de leche y productos lácteos en el año 2017 se elevó a 1.139,4 millones de euros, cifra superior en un 18% a la del año precedente. Por su lado, el valor de las importaciones fue de 1.886,1 millones de euros, un 11% más que en el año anterior. Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo superior a los 528 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.

Por su parte, en España el consumo de leche y productos lácteos tiene una estructura diferente al del resto de países de la UE, pues el consumidor español prefiere, más que los europeos, la leche de consumo de larga duración, así como también los yogures y los quesos. Por el contrario, en España el consumo de mantequilla medio es muy inferior al de la UE. En los últimos años se ha producido una caída general del consumo de leche y productos lácteos, que se nota especialmente en los meses de verano. ○

## LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

La producción de leche de oveja y cabra en 2017 representó en torno a un 25% del valor de la producción láctea nacional, lo que supone un total de 743 millones de euros en 2017. De este valor, cerca del 60% lo aportaría la producción de leche de oveja y el resto la de leche de cabra.

Continuando con la línea de recuperación del año 2016, la producción de leche de oveja y de cabra siguió creciendo en 2017. En concreto, en el primer caso la producción se elevó a 5120.00 toneladas (un 3% más) y en segundo a 478.000 toneladas (un 4% más).

En producción de leche de cabra destacaron con una mayor producción Andalucía (39% del total en 2017), se-

guida de Castilla-La Mancha (15%), Canarias (15%) y Extremadura (12%).

En cuanto a la producción de leche de oveja, en 2016 destacaron Castilla y León (48%), Castilla-La Mancha (31%) y Extremadura (6%).

Prácticamente el 10% de la leche de oveja se destina a la elaboración de quesos artesanales en las propias explotaciones y el 90% restante pasa a la industria. Asimismo, también le leche de cabra se destina en un pequeño porcentaje a la elaboración de quesos artesanales, si bien más del 80% de la leche va a parar a las queserías. ○

## LECHE DE CABRA Y OVEJA EN LA UE

España produce anualmente entre el 20 y el 25% de toda la leche de cabra de la Unión Europea y esta producción ha sufrido muchos cambios en los últimos años. Desde el año 2014, las producciones no han dejado de crecer y en 2017 sumaban 3,6 millones de toneladas en total.

Respecto a la leche de oveja en la UE, la producción se incrementó un 3% hasta llegar a superar los 2 millones de toneladas. La producción española representó el 25% de la comunitaria en el año 2017.

Por su lado, la producción de leche de cabra se situó en torno a los 1,6 millones de toneladas en la UE, lo que supuso un aumento del 4% con relación a la producción del año 2016. 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

Para poder aprovechar y conservar mejor la leche, desde tiempos inmemoriales se han buscado alternativas que van desde la transformación en quesos, yogures o cuajadas, a 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 8-9 kilos de leche de cabra y solamente 5-6 de leche de oveja.

En España, la producción de quesos de leche de vaca en el año 2017 se incrementó hasta colocarse en casi 262.000 toneladas frente a las 206.000 toneladas del año 2016. A

**PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE CABRA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)**

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	178,2	197	176,2
ARAGÓN	0,4	0,8	0,8
CANARIAS	20,2	23,6	23,7
CASTILLA Y LEÓN	25,8	26,4	40,6
CASTILLA-LA MANCHA	81	86	85,6
CATALUÑA	4,4	4,3	5,3
COMUNIDAD VALENCIANA	9,7	10	18,7
EXTREMADURA	33,4	37,8	25,9
MADRID	0,5	6,5	15,3
MURCIA	57,7	63,6	61,1
OTRAS CC.AA.	6,7	4	24,8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>418</b>	<b>460</b>	<b>478</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

**PRODUCCIONES DE LECHE DE CABRA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)**

	2015	2016	2017
MUNDO	17.036	15.262	15.860
UE	1.457	1.536	1.596
<b>ESPAÑA</b>	<b>418</b>	<b>460</b>	<b>478</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

esta producción de queso de vaca hay que añadirle los datos de los quesos de oveja, cabra o mezcla de distintas leches. En la UE-28, la producción de quesos de vaca se elevó a 9,1 millones de toneladas frente a los 9,6 millones de toneladas del año anterior. ○

**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 2017 se produjeron en España 47.000 toneladas de mantequilla (casi 5.000 más que un año antes) y también 27.000 toneladas de leche en polvo (incluye la desnatada) y 31.330 toneladas de leche concentrada. ○

**COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (Miles de toneladas)**

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017
<b>Exportaciones</b>				
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	200	186	210	289,5
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	40,9	44,4	41,4	68,8
YOGUR	78,8	89,2	85,6	83,7
QUESOS	74,9	81,2	88	98,6
<b>Importaciones</b>				
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	440,4	433,8	335,2	189,4
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	81,5	88	87,2	77,6
YOGUR	207,4	191,3	157,6	153,6
QUESOS	248,4	247	251,3	267,8

FUENTE: Departamento de Aduanas.

**PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE OVEJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)**

CC.AA.	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	6,6	7,3	3,6
ARAGÓN	1,6	3,9	1,9
CANARIAS	0,1	0,4	0,4
CASTILLA Y LEÓN	275	289	301,4
CASTILLA-LA MANCHA	117	150,5	141,6
CATALUÑA	1,5	2,7	0,8
EXTREMADURA	10	10,2	9,2
LA RIOJA	3,5	3,5	3,5
MADRID	11,7	12,8	13,3
NAVARRA	8,5	10,3	11,9
PAÍS VASCO	3,6	3,9	2,9
OTRAS CC.AA.	1,9	3,2	21,5
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>441</b>	<b>497</b>	<b>512</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

**PRODUCCIONES DE LECHE DE OVEJA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)**

	2015	2016	2017
MUNDO	10.671	10.367	10.670
UE	1.870	1.990	2.050
<b>ESPAÑA</b>	<b>441</b>	<b>497</b>	<b>512</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA



A partir de la leche de vaca se obtienen, también, otros productos como la nata de consumo directo (123.250 toneladas en 2017) o los yogures (1.021.560 toneladas en 2017 frente a las 995.200 toneladas de un año antes). 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.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*El sector lácteo español tiene una gran importancia, con una facturación anual de alrededor de 13.000 millones de euros, generando en torno a 60.000 empleos directos. Por su parte, las industrias lácteas registran una facturación conjunta de 8.640 millones de euros al año, lo que viene a suponer el 1,8% de la producción industrial de nuestro país. Todas estas empresas tienen una plantilla conjunta de 32.800 trabajadores, lo que presenta el 7% del empleo de todo el sector agroalimentario. Durante 2017, 24.590 ganaderos realizaron entregas de leche en nuestro país. De ellos, el 60,7% estuvo compuesto por ganaderos que produjeron leche de vaca, el 23,1% por ganaderos de leche de cabra y el restante 16,2% por ganaderos de leche de oveja. Las explotaciones ganaderas de leche de oveja se concentran en Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y Andalucía, mientras que las de leche de cabra se encuentran mayoritariamente en Andalucía, Castilla la Mancha y Extremadura. Por último, las explotaciones ganaderas de leche de oveja están situadas mayoritariamente en Castilla y León y Castilla la Mancha.*

*En España se encuentran en actividad más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche de los únicamente unos 600 pueden ser calificados como industrias lácteas. La Federación Española de Industrias Lácteas (FeNIL) está formada por 60 empresas, cuya producción supone el 95% del total que se comercializa en nuestro país. De éstas, 15 industrias compran y procesan el 63% de la producción de leche en España y solo la más grande, casi el 15% del total. El primer grupo lácteo español registra unas ventas de 1.250 millones de euros, mientras que el segundo llega a los 835 millones*

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 2017 los 2,13 millones de toneladas, un 9% menos que en 2016, mientras que la de leche en polvo ascendió a 947.000 toneladas, unas 200.000 toneladas más que un año antes. En 2016 también se produjeron en la UE algo más de 8,8 millones de toneladas de yogures, así como también importantes cantidades de nata y otros productos lácteos. ○

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LÁCTEOS

EMPRESA	VENTAS Mill. euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A. *	1.250,00
Danone, S.A. *	835,00
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa Food). *	659,54
Calidad Pascual, S.A.U. *	650,00
Indust. Lácteas Asturianas, S.A. (ILAS) - Grupo *	550,00
Mondelez España - Grupo *	550,00
Coop. Ganadera del Valle de los Pedroches - Covap *	413,00
Schreiber Foods España, S.L.	400,00
Iparlat, S.A.	345,00
Grupo TGT *	310,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

*de euros, el tercero ronda los 660 millones de euros, el cuarto supera los 650 millones de euros y el quinto y el sexto alcanzan los 550 millones de euros en cada caso. Con facturaciones entre los 110 millones y los 413 millones de euros aparecen otros 19 operadores. Hay que tener en cuenta que ninguna de las industrias lácteas españolas se sitúa entre los primeros veinte grandes grupos lácteos del mundo. El veintavo operador mundial registra unas ventas de 4.100 millones de euros, lo que muestra la diferencia existente entre esos gigantes mundiales y las empresas que actúan en nuestro país. La desaparición del sistema de cuotas lácteas ha generado una situación convulsa en el sector. ○*



## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos lácteos es tradicionalmente desfavorable para nuestro país. Durante el pasado ejercicio las exportaciones del sector llegaron hasta los 1.264,6 millones de euros, con un importante incremento interanual del 15,8%. Por su parte, las importaciones crecieron en un también muy significativo 11,1%, hasta situarse cerca de 1.905 millones de euros. Estas cifras suponen un saldo negativo del comercio exterior para España de 640,3 millones de euros y una tasa de cobertura de algo menos del 66,4%. Esta cifra ha experimentado un incremento interanual del 2,7%. Durante el último lustro el déficit comercial se ha reducido en un muy notable 66%. Los principales proveedores de productos lácteos para el mercado español son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Francia, con el 28,7% del total, Alemania (20,1%), Holanda (14,8%), Italia (8,3%), Portugal (5,4%), Dinamarca (5,3%), Bélgica (4,8%), Irlanda (3,5%), Reino Unido (2,4%) y Polonia (1,7%). El porcentaje conjunto de los restantes proveedores es de apenas el 4,8%. Las principales importaciones en volumen son las de queso (36,2% del total), seguidas por las de yogures y leches fermentadas (24,7%). Por lo que hace referencia a las exportaciones, Francia ocupa el primer lugar como mercado de destino, con una cuota del 21,4% del total. A continuación se sitúan Portugal (19,4%), Italia (12,7%), Estados Unidos (6,9%), Reino Unido (6,8%), México (5,3%), Holanda (4,8%), Alemania (3,5%) y Bélgica (2,6%). Estos nueve países acaparan el 85,2% del total de exportaciones. Las exportaciones más importantes en volumen son las de yogures y leches fermentadas (27,7%), quesos (19,5%) y nata (17,6%). ○



## LECHE LÍQUIDA

Durante 2017 se entregaron en España algo más de 7 millones de toneladas de leche cruda, lo que supone un incremento del 1,9% con respecto al ejercicio anterior. A éstas hay que añadir otras 56.250 toneladas de leche de vaca que los productores destinaron directamente al consumidor o a la elaboración de productos lácteos de vaca en la explotación. Galicia acapara el 38% de toda la producción de leche de vaca, seguida a mucha distancia por Castilla y León (23%), Cataluña (11%), Asturias y Andalucía (8% en cada caso), Cantabria (6%) y Castilla-La Mancha y Navarra (4%). Aparte hay que tener en cuenta que la producción de leche de oveja en nuestro país se sitúa en torno a las 560.000 toneladas, mientras que la de leche de cabra llega hasta las 480.000 toneladas. La producción española de leche para consumo llegó en el pasado año hasta casi 3,62 millones de toneladas, con un aumento interanual del 2%, mientras que el mercado se contrajo en un 2,2% rondando los 3,2 millones de toneladas. Esa producción supone en torno al 12,2% del total de leche de consumo del conjunto de la Unión Europea. Atendiendo al mercado de la leche de larga vida, la clásica acapara el 75,9% de todas las ventas en volumen y el 69,1% en valor, seguida a mucha distancia por las leches enriquecidas (23,5% en volumen y 29,7% en valor), los preparados lácteos (0,4% y 0,8%) y las leches de oveja y cabra (0,2% y 0,4% respectivamente). Por lo que hace referencia al mercado de la leche fresca, las leches enteras representan al 46,8% de todas las ventas en volumen y el 48,1% en valor. A continuación aparecen las leches semidesnatadas, con cuotas respectivas del 46% y del 45,1% y las leches desnatadas (7,2% en volumen y 7,5% en valor). ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En la base de la estructura productiva del sector de la leche de vaca aparecen un total de algo más de 14.350 ganaderos. El número de explotaciones ganaderas de leche tiende a disminuir de año en año. Durante el último ejercicio, el descenso ha sido de un importante 5,6%. Galicia es la comunidad autónoma con el mayor número de explotaciones ganaderas de leche (55 % del total), seguida a mucha distancia por Asturias (13%), Cantabria (9%) y Castilla y León (8%).

A continuación se encuentran en actividad algo menos de 1.500 centros autorizados para la recogida de leche, de los que sólo unos 600 pueden ser considerados como industrias lácteas. Dentro de esas empresas, el 2% recoge alrededor del 46% de toda la leche producida en nuestro país. Además hay unas 200 cooperativas y organizaciones de productores lácteos, entre las que sólo unas 70 agrupan a más de 50 ganaderos. La principal empresa elaboradora de leche de larga vida y pasteurizada produce unos 620 millones de litros, mientras que la segunda llega hasta los 600 millones de litros, la tercera ronda los 550 millones de litros, la cuarta se sitúa en 410 millones de litros y la quinta alcanza los 300 millones de litros. Entre estos grandes grupos aparecen algunas filiales de algunas importantes compañías multinacionales, junto a otras empresas que tienen

### PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	PRODUCCIÓN Mill. de Litros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	620,00
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A.	600,00
Iparlat, S.A.	550,00
Leche Celta, S.A.	410,00
Coop. Gan. Valle Pedroches (COVAP)	300,00
Calidad Pascual, S.A.	213,00
Leite Río, S.L.	210,00
Kaiku Corporación Alimentaria, S.A.	100,00
Cooperativas Lácteas Unidas, S.C.G. (CLUN)	95,00
Industrias Lácteas Asturianas, S.A.	50,00

Datos de 2016

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

su origen en antiguas cooperativas de ganaderos. Aunque en los últimos años se detecta una clara tendencia hacia la concentración, se estima que todavía los grupos españoles tienen que aumentar sus dimensiones para competir en los mercados globalizados.

Las marcas de distribución controlan el 58% de todas las ventas en volumen y el 49,7% en valor, mientras que la primera oferta marquista llega hasta 15% y el 16,4%. ○

## COMERCIO EXTERIOR

Nuestro país es importador neto de leche y productos lácteos en general, ya que su consumo interno no puede ser satisfecho con la producción nacional. De todas formas, durante los últimos años la diferencia entre importaciones y exportaciones ha tendido a disminuir, aunque todavía está lejos de haberse igualado. En 2017 las importaciones de leche y derivados lácteos alcanzaron un valor de casi 707,6 millones de euros, mientras que las exportaciones se situaron en algo menos de 687.8 millones de euros, lo que arroja un saldo negativo para España de 19,8 millones de euros y una tasa de cobertura del 97,2%. Las importaciones alcanzaron durante el último ejercicio computado unas 97.900 toneladas de leches envasadas y 62.260 toneladas de leche a granel, mientras que las exportaciones rondaron las 35.040 toneladas de leche envasada y las 52.290 toneladas de leche a granel. Hay que

tener en cuenta que hace un lustro las importaciones llegaban hasta las 545.500 toneladas (entre leche envasada y a granel), mientras que las exportaciones se quedaban en 156.730 toneladas. En el caso de las importaciones son las partidas envasadas las más importantes, ya que suponen más del 61% del total. Por el contrario, entre las exportaciones dominan las partidas de leche a granel, ya que acaparan el 59,9% del total de ventas. Se trata de un comercio exterior que tiene su origen y destino en otros países de la Unión Europea. En el caso de las importaciones son Francia, Portugal y Alemania nuestros principales proveedores, mientras que las exportaciones tienden a buscar en los últimos tiempos algunos mercados fuera de Europa, como los Emiratos Árabes, Catar o China. Se considera que alrededor del 10% de la facturación del sector lácteo se obtiene de las ventas en el exterior. ○

## CONSUMO Y GASTO EN LECHE

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 3.188 millones de litros de leche y gastaron 2.209,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 69,9 litros de consumo y 48,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (32,7 litros por persona y año), seguido de la leche des-

natada (19,7 litros per cápita) y de la leche entera (17,1 litros per cápita). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 46,7%, con un total de 22,6 euros por persona, la leche desnatada el 28,7% con un total de 13,9 euros por persona, y la leche entera, con un porcentaje del 24,4% y 11,8 euros por persona. ○

### CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL LECHE LIQUIDA</b>	<b>3.188,0</b>	<b>69,9</b>	<b>2.209,7</b>	<b>48,4</b>
LECHE PASTERIZADA	81,8	1,8	67,4	1,5
LECHE ESTERILIZADA	3.088,3	67,7	2.133,8	46,8
LECHE CRUDA	17,8	0,4	8,5	0,2
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,1	0,0	0,2	0,0
LECHE BOTELLA PLASTICO	282,1	6,2	223,6	4,9
LECHE CARTON	2.886,1	63,3	1.975,6	43,3
LECHE BOLSA	1,9	0,0	1,7	0,0
LECHE ENVASADA	3.170,1	69,5	2.201,2	48,3
LECHE ENTERA	780,2	17,1	537,8	11,8
LECHE DESNATADA	900,3	19,7	634,3	13,9
LECHE SEMIDESNATADA	1.489,6	32,7	1.029,1	22,6
LECHE ENRIQUECIDA	355,6	7,8	294,2	6,5
CON CALCIO	33,5	0,7	31,5	0,7
CON VITAMINAS	166,9	3,7	132,6	2,9
CON OTROS ADITIVOS	155,2	3,4	130,1	2,9
BIFIDUS+FIBRA	7,9	0,2	9,0	0,2
RESTO OTROS ADITIVOS	147,4	3,2	121,1	2,7
<b>TOTAL OTRAS LECHEs</b>	<b>28,3</b>	<b>0,6</b>	<b>203,1</b>	<b>4,5</b>
LECHE CONDENSADA	14,1	0,3	38,5	0,8
LECHE EN POLVO	9,9	0,2	152,0	3,3
LECHE EVAPORADA	4,3	0,1	12,6	0,3



**DIFERENCIAS EN LA DEMANDA**

En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de leche, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de leche es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de leche es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de leche, mientras que los indi-

ces son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

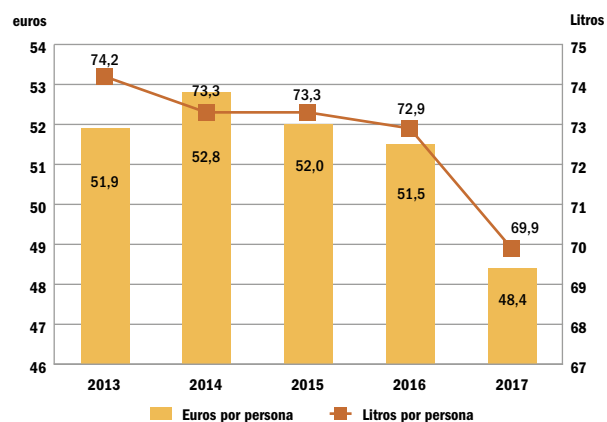
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de leche, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos 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, en los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.
- 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**

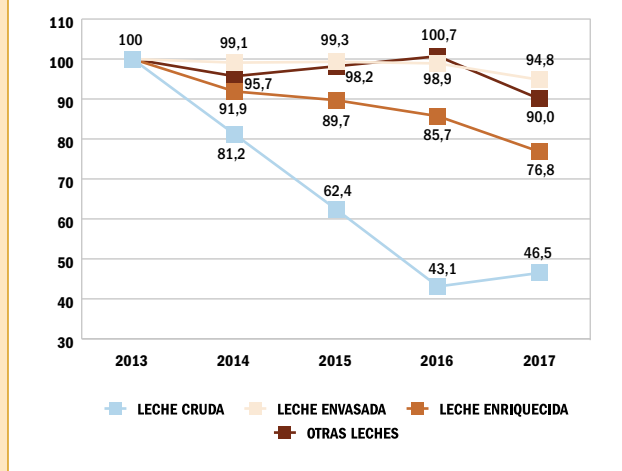
Durante los últimos cinco años, el consumo de leche ha caído 4,3 litros por persona y el gasto ha descendido 3,5 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013, con 74,2 litros, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2014 (52,8 euros por consumidor).

En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, en el consumo de leche envasada, otras leches, leche enriquecida y leche cruda se produce un descenso.

**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2013-2017**

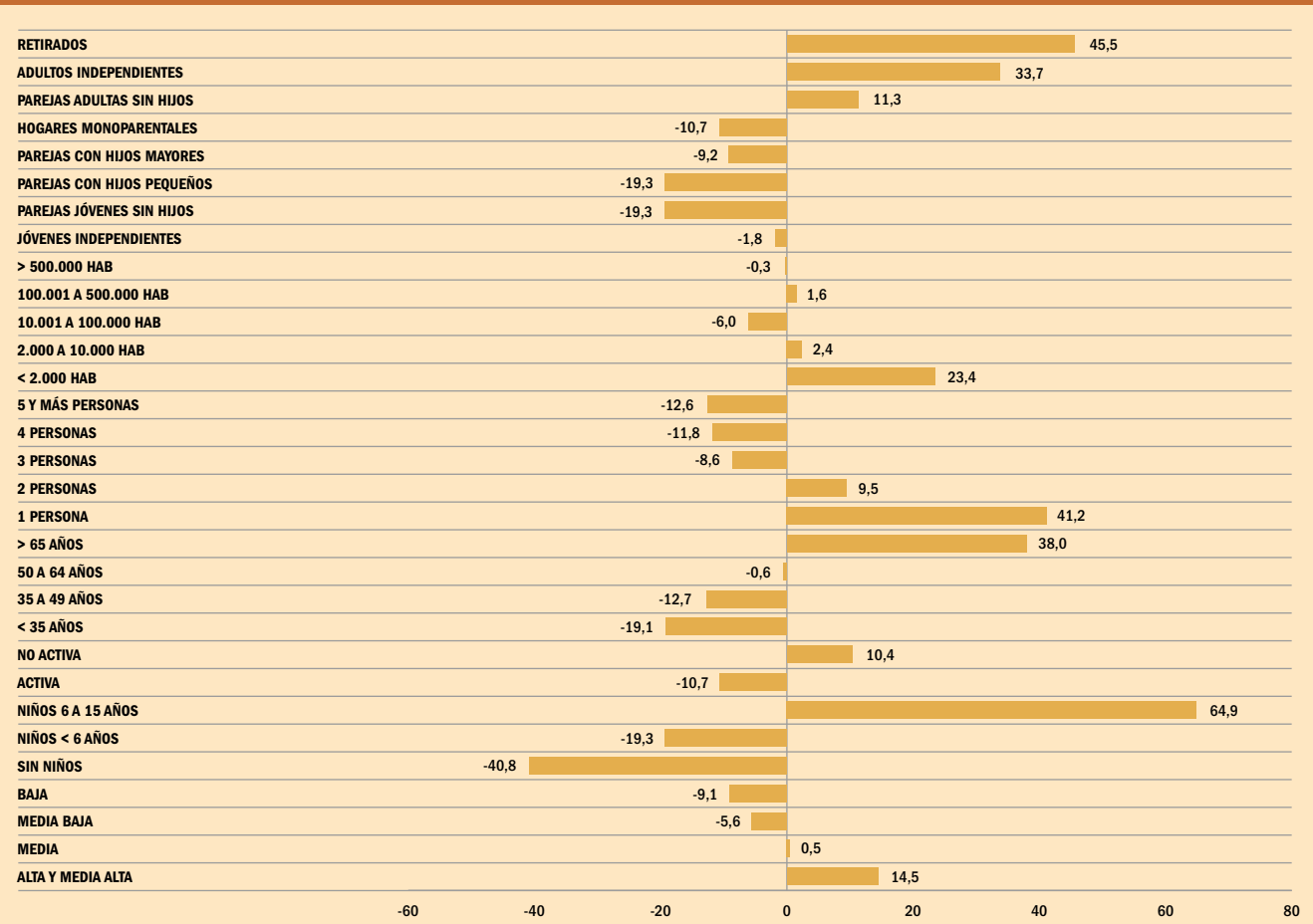


**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2013=100), 2013-2017**



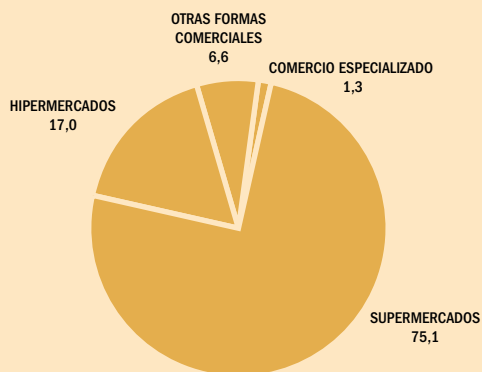


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE LECHE LÍQUIDA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***



\* Media nacional = 69,9 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE LÍQUIDA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017**



**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de leche a los supermercados (75,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 1,3%. Las otras formas comerciales acaparan el 6,6% restante. ○



## PRODUCTOS LÁCTEOS

El mercado de yogures en nuestro país lleva varios años muy negativos, con caídas constantes en sus ventas. Durante 2017 esa tendencia parece haberse estabilizado, ya que las ventas crecieron un modesto 0,5% en volumen, llegando hasta las 741.400 toneladas, aunque en valor registró un descenso del 1,6%, quedando en 1.658 millones de euros. Se vendieron algo menos de 576.180 toneladas de yogures sólidos (+0,8), por un valor de casi 1.213 millones de euros, prácticamente igual que el año anterior. Por su parte, los yogures líquidos superaron las 165.220 toneladas (-0,4%), con un valor de 445 millones de euros (-5,9%). Dentro de los yogures sólidos son los básicos enteros los más importantes, con cuotas del 54,2% del total en volumen y del 47,8% en valor. A continuación se sitúan los especiales desnatados (18,4% en volumen y 23,6% en valor), los básicos desnatados (17,1% y 14,1%) y los especiales enteros (10,3% y 14,4%). En la segunda categoría son los otros líquidos los más demandados, con porcentajes del 57,3% en volumen y del 78,7% en valor, seguidos por los básicos enteros (37% y 18,7%) y los básicos desnatados (5,6% y 2,6%).

Mucho peor comportamiento han tenido los postres lácteos, lo que rompe unos ejercicios de un gran dinamismo. Las dos presentaciones clásicas y más populares, las natillas y los flanes son los que más han acusado esta caída en las ventas. Las ventas durante 2017 llegaron hasta las 194.252 toneladas de postres lácteos y los 477 millones de euros. Esas cifras indican unas reducciones interanuales del 1,8% en volumen y del 2,4% en valor. En el caso de las natillas, el

mercado rondó las 71.310 toneladas (-5,3%) y los 160,7 millones de euros (-8,6%). Se vendieron 51.566 toneladas de flanes (-2,5%), por un valor de 135,5 millones de euros (-1,5%). En tercer lugar y con buenas cifras de ventas se situaron las gelatinas, con 22.990 toneladas (+10,8) y 37,6 millones de euros (+11,5%). A continuación aparecen las copas, con 16.690 toneladas (-5%) y 37,8 millones de euros (-4,4%), el arroz con leche, con 11.433 toneladas (+2,1%) y 30,5 millones de euros (+3,5%) y las cuajadas, con 8.310 toneladas (+2,2%) y 24,9 millones de euros (+4,1%). ●

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	671,57
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food) *	659,54
Lactalis Puleva, S.L.U. *	633,14
Leche Celta, S.L. *	330,00
Idilia Foods, S.L. – Grupo *	295,00
Grupo Cacaolat, S.L.	173,00
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	58,00
Fartons Polo, S.L. *	8,00
Horchata Panach, S.L. – Grupo	5,80
La Chufera, S.A.	4,30
	3,57

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de productos lácteos se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos entre los que, muy a menudo, aparecen filiales de enormes compañías multinacionales, junto a algunos especialistas de capital básicamente 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 registra una producción de unas 305.000 toneladas anuales, con una facturación cercana a los 762 millones de euros. La segun-

### PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE POSTRES LÁCTEOS FRESCOS

EMPRESA	VENTAS
	Mill. Euros
Postres y Dulces Reina (Grupo)	126,00
Schreiber Foods España	71,00
Danone	84,60
Lactalis Nestlé P. Lác. R. Iberia	43,00
Postres Lácteos Romar	33,80
Andros - Dhul	44,00
Clesa (Acolat)	7,00
Calidad Pascual	5,00
Kaiku Corp. Alimentaria	8,50
Lácteos Goshua	6,70

Datos de 2016

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

### PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS Y COMERCIALIZADORAS DE YOGURES

EMPRESA	VENTAS
	TONELADAS
Danone	761,60
Schreiber Foods España	238,00
Lactalis Nestlé Prod. Lácteos Refreg. Iberia	139,00
Andros	40,00
Acolat-Clesa	19,40
Corp. Alimentaria Peñasanta	42,00
Kaiku Corp. Alimentaria	37,00
Celgán - José Sánchez Peñate	16,20
La Fageda	11,90
Calidad Pascual	7,30

Datos de 2016

FUENTE: Alimarket Gran Consumo



da ronda las 212.000 toneladas y los 238 millones de euros, mientras que la tercera alcanza las 104.000 toneladas y los 139 millones de euros. Después de estos tres gigantes, todos ellos de capital internacional, se produce un salto muy significativo, ya que el cuarto operador produce unas 37.000 toneladas de postres lácteos, con unas ventas de 40 millones de euros y el quinto se sitúa en torno a las 23.000 toneladas y los 19,5 millones de euros. Por lo que hace referencia a los postres lácteos, el grupo líder es un especialista español, especializado en las marcas de distribución, con una producción de 75.000 toneladas y 126 millones de euros. A continuación aparecen los tres grandes operadores internacionales que ocupaban los primeros puestos en el caso de los yogures. El segundo en el ranking de los postres, alcanza una producción de 50.500 toneladas y 71 millones de euros, el tercero llega a las 38.200 toneladas y los 84,5 millones de euros y el cuarto supera las 24.000 toneladas y los 43 millones de euros. Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo del sector, juntando las ventas de yogures y postres lácteos, registra unas ventas de 835 millones de euros anuales, el segundo llega a los 305 millones de euros y el tercero ronda los 188 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en estos mercados y acaparan el 61,1% de todas las ventas de yogures en volumen y el 42,3% en valor. En el caso de los postres lácteos esos porcentajes llegan hasta el 60,2% y el 50,6% respectivamente. Además, tienden a crecer todavía más de año en año. La primera oferta marquista en yogures presenta unas cuotas del 33,5% y del 49,1%. ○

## COMERCIO EXTERIOR

Durante el último ejercicio computado se importaron casi 200.000 toneladas de productos lácteos, mantequilla y nata. De esta cantidad, el 84,1% corresponde a los primeros, el 9,2% a la segunda y el restante 6,7% a la tercera. Las importaciones de yogures y postres lácteos se redujeron en casi un 9%, mientras que las de mantequilla disminuyeron en un 12%. Las importaciones de nata, por su parte, crecieron en un 24%. Nuestros principales proveedores de postres lácteos son otros países de la Unión Europea, entre los que destaca Francia, quien acapara más del 50% de todas las importaciones de yogures y un porcentaje ligeramente superior de postres. A continuación aparecen Alemania y Austria. Portugal tiene también importancia en el comercio exterior de yogures, ya que el tercer grupo del sector instaló recientemente una fábrica de producción en ese país, desde donde abastece a todos los mercados peninsulares. Las exportaciones llegaron hasta unas 200.900 toneladas de productos lácteos, nata y mantequilla de las que los yogures y postres representaron el 57,3% del total, la nata un importante 36,3% y la mantequilla el restante 6,4%. Las exportaciones de nata registraron un notable incremento



interanual del 39%, la mantequilla otro del 10%, mientras que los yogures y postres lo hicieron en un más modesto 1%. Portugal aparece como el principal mercado de destino de las exportaciones españolas de yogures y postres lácteos. De todas maneras, es importante señalar que alrededor de un tercio de las exportaciones 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. ○

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

### ANDALUCÍA

#### ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

### CANTABRIA

#### MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

LECHE PASTERIZADA

### CASTILLA Y LEÓN

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MANTEQUILLA DE SORIA ◊

### CATALUÑA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya ◊ (MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

### MADRID

#### ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

### PAÍS VASCO

#### EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

#### ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

◊ Inscrita en el Registro de la UE



## Mantequilla de Soria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Mantequilla de Soria ampara la producción elaborada con leche de vaca de las razas Frisona y Pardo-Alpina, o del cruce de ambas, recogida en 169 municipios de esta provincia.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto obtenido tiene un color blanco, suave al paladar y un sabor muy dulce; esponjosa, parecida a una crema, por lo que puede moldearse y aparecer en el envase con la forma característica de la manga pastelera. Se elaboran tres tipos de mantequilla: natural, dulce y salada. La mantequilla natural se presenta en bloques de 1,4 a 14 kilos de peso para uso industrial; la dulce, en envases transparentes con adornos en la parte superior; y la salada, en rollos y latas de 250 a 500 gramos.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran 2 ganaderías inscritas, 1 industria láctea y 5 industrias pasteleras. La producción de leche alcanza los 2 millones de litros y se comercializan 75.000 kilos de mantequilla con DOP.



## Leche Certificada de Granja

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración de Leche Certificada de Granja se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse en explotaciones de ganado vacuno pertenecientes a razas puras e inscritas en el libro genealógico correspondiente y con el título de "Ganadería diplomada" o de sanidad comprobada.

**CARACTERÍSTICAS:** El proceso de elaboración se limita como máximo a un proceso de pasteurización y a un envasado, haciendo pasar la leche en circuito cerrado y de forma continua, realizándose en la propia explotación estas operaciones y elaborándose únicamente la leche producida en la misma. Dependiendo de los procesos a que sea sometida se obtendrá leche certificada pasteurizada o leche certificada de granja cruda.

**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<sup>o</sup> (Mantequilla de L'Alt Urgell y La Cerdanya)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y elaboración de mantequilla en la comarca de L'Alt Urgell y La Cerdanya, al norte de la provincia de Lleida.



**CARACTERÍSTICAS:** En la elaboración de la mantequilla pueden utilizarse materias primas como la nata de leche pasteurizada y fermentos lácticos, pero no se admite ningún tipo de colorante. El proceso incluye la pasteurización y el desgasificado de la nata, que a continuación se somete a enfriamiento para, posteriormente, iniciar la fase de maduración. La mantequilla se comercializa en bloques o formatos de cualquier medida, con un peso igual o superior a 15 gramos netos, envuelta con papel metalizado y sulfurizado.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas casi 7.000 cabezas reproductoras y 100 explotaciones ganaderas que producen más de 8 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Se comercializan 400.000 kilos de Mantequilla de L'Alt Urgell y La Cerdanya.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas casi 7.000 cabezas reproductoras y 100 explotaciones ganaderas que producen más de 8 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Se comercializan 400.000 kilos de Mantequilla de L'Alt Urgell y La Cerdanya.

## HELADOS

España aparece como el cuarto productor industrial de helados de toda la Unión Europea, con algo más de 300 millones de litros. Por delante de nuestro país se situaron Italia, con 595 millones de litros, Alemania, con 515 millones de litros y Francia, con cerca de 454 millones de litros. Los países en los que se registra un mayor gasto en helados son China, Estados Unidos, Alemania, Italia y Japón.

Dentro del mercado español, los helados individuales listos para su consumo inmediato acaparan el 56% de todas las demandas, seguidos a bastante distancia por los helados artesanales (23%), los helados para consumo en el hogar (20%) y

los yogures helados (1%). Entre los helados individuales, los más demandados son los conos, con porcentajes totales del 29,8% en volumen y del 27,1% en valor, seguidos por los de palo (23,4% y 30,5%) y los impulso (0,4% y 1,3%). Todas las otras ofertas acaparan los restantes 5,8% en volumen y 10,6% en valor. Las tarrinas/ sorbetes presentan unas cuotas del 27,2% del total en volumen y del 23,1% en valor. Por último, las barras de helado registran unos porcentajes del 6,5% en volumen y del 2,3% en valor, mientras que las tartas heladas suponen el 6,2% del total en volumen y el 4,5% en valor. El mercado español de helados ronda los 500 millones de litros, lo que supone unos e8.900 millones de bolas, con unas ventas que se sitúan en torno a los 2.000 millones de euros. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales son los dos rasgos más características del sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de helados. Se estima que se encuentran en actividad alrededor de 25 operadores, entre los que aparecen multinacionales y empresas nacionales de diverso tamaño y alcance. Los diez empresas más importantes acaparan el 85% del total de ventas en valor y en volumen, y el resto de compañías tienen coberturas menores y, en muchos casos, distribuciones locales. La innovación es la principal estrategia de los grandes operadores del sector para diversificar ofertas y consolidar presentaciones de mayor valor añadido.*

*Por otro lado, es preciso señalar la existencia de unos 400 heladeros de carácter tradicional y algo más de un centenar de heladerías, que, en los últimos tiempos, han vuelto a adquirir una importancia notable. Un canal de comercialización muy especial es el constituido por unos 2.000 establecimientos especializados en la venta de helados artesanos. Estos puntos de venta se encuentran mayoritariamente en la Comunidad Valencia (alrededor del 50% del total), seguida a bastante distancia por las otras comunidades mediterráneas (Cataluña, Murcia y Andalucía).*

*La principal empresa del sector es una gran compañía multinacional y registra una facturación de 616 millones de euros, con una plantilla de 850 trabajadores. Es segundo grupo, con 950 empleados alcanza unas ventas de 147 millones de euros, mientras que el tercero (340 trabajadores) llega a los 98 millones de euros, el cuarto (290 trabajadores) se sitúa en torno a*

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. - Grupo *	616,00
Grupo Kalise, S.A. *	147,00
Ice Cream Factory Co Marker, S.A.	98,09
Aiadhesa, S.A.	82,00
Grupo Farga - Grupo *	64,00
Helados Estiu, S.A. *	49,00
Crestas La Galeta, S.A.	33,50
Lacrem, S.A. *	28,00
Casty, S.A.	19,50
La Fageda Fundació *	17,20

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

*los 82 millones de euros y el quinto (840 trabajadores) ronda los 64 millones de euros anuales. Alrededor de una cuarta parte de las empresas fabricantes y comercializadoras de helados tienen su sede en Cataluña. En segundo lugar aparece Madrid, con un porcentaje del 18%, seguido por la Comunidad Valenciana (15%) y Andalucía (9%).*

*Las marcas blancas tienen una gran importancia en la distribución organizada, ya que acaparan el 81% del total en volumen y más del 60% en valor. La primera oferta marquista, por su parte, presenta unos porcentajes ligeramente superiores al 10% en volumen y al 22% en valor, mientras que la segunda se queda en el 5,5% y el 11%. ○*

## COMERCIO EXTERIOR

No disponemos de cifras fiables sobre el comercio exterior de helados. Se asume que muchos fabricantes optan por la instalación de plantas de producción cerca de los grandes mercados potenciales para, de esa manera, ahorrar costes de transporte y almacenamiento, por lo que se supone que este tipo de comercio no tiene una gran importancia. Además, al ser un mercado dominado por grandes grupos multinacionales, muchos de los movimientos entre filiales de una misma compañía no quedan registradas en las estadísticas de comercio exterior, lo que dificulta todavía más el proponer algunas estimaciones mínimamente sólidas. Según las estimaciones que realiza la Asociación Española de Fabricantes de Helados las exportaciones rondan los 37 millones de litros anuales, con un valor de unos 109 millones de euros. Se trata de un comercio esencialmente intraeuropeo, ya que las ventas a otros países de la UE suponen alrededor del 84% del total. Como principales clientes de los helados españoles aparecen Italia,



Portugal, Francia, Reino Unido, Alemania y Holanda. Las importaciones de helados pueden situarse alrededor de los 170 millones de euros anuales y están muy vinculadas a las estrategias comerciales de algunas de las grandes cadenas de distribución alimentaria. Nuestros principales proveedores de helados son Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Reino Unido. ○

## QUESOS

El mercado español de quesos se encuentra inmerso en una etapa muy dinámica, con significativos incrementos interanuales. Durante el último año, el crecimiento de la demanda se ha situado por encima del 3,5% y ronda ya las 350.000 toneladas de producto vendido, por un valor cercano a los 2.600 millones de euros. En la distribución organizada, los quesos nacionales de pasta prensada acaparan el 32,5% de todas las ventas en volumen y el 40,2% en valor. A continuación aparecen los quesos frescos (20,1% y 15,2% respectivamente), los quesos de importación (13,5% y 14,9%), los quesos rallados (13,2% y 9,1%), los fundidos (10% en volumen y valor), los quesos untables (6,3% y 4,6%), los de pasta blanda (2,9% y 3,5%), los de pasta veteada (1,2% y 1,9%) y los surtidos (0,2% en volumen y 0,4% en valor). Dentro de los quesos españoles de pasta prensada, los quesos frescos representan el 41% del total comercializado en volumen y el 37,3% en valor, seguidos por los curados y viejos con cuotas del 30% y del 32,8% y los quesos semicurados, que representan los restantes 29% en volumen y 29,8% en valor. Entre los quesos frescos, los más populares son los quesos sin sal (70,2% en volumen y 65,6% en valor), seguidos por

*El mercado español de quesos se encuentra inmerso en una etapa muy dinámica, con significativos incrementos interanuales*

la Mozzarella (9,1% y 13,4%), los quesos batidos (8,6% y 4,3%), el requesón (2,8% y 2,7%), el Mascarpone (2,6% y 3,3%), los quesos con sal (2,5% y 3,6%) y el queso Feta (1% y 2%). Dentro de los quesos importados, el Gouda es el más demandado, con porcentajes del 30,9% del total en volumen y del 23,3% en valor. Por debajo de éste aparecen los Emmental y Gruyere (15,9% y 14,5%), el Edam (15,7% y 13,2%), el Inglés (7,7% y 8,6%), el Italiano (6% y 10,1%), el queso de Bola (4,8% y 9,2%), el Maasdam (2,8% y 2,5%) y otros (10,1% y 17,6%). ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura del sector empresarial de productores y comercializadores de quesos en nuestro país ha experimentado unos drásticos cambios durante los últimos años y se encuentra inmerso en un proceso de modernización que todavía no ha concluido. Hasta hace relativamente poco tiempo, el sector se caracterizaba por la existencia de un gran número de pequeños y medianos operadores, a menudo de carácter semiartesanal, con cifras de producción muy reducidas y con unas redes de venta muy limitadas. En la actualidad ya se han consolidado algunos grandes grupos, con estrategias de comercialización en las que el comercio exterior ocupa un lugar relevante y con procesos de producción modernizados. También existen empresas internacionales que basan su fortaleza en la importación de quesos, básicamente europeos. En este caso, se trata en la mayoría de los casos de empresas de origen francés o italiano, junto a grandes compañías alimentarias multinacionales que incorporan a los quesos como una de sus ofertas.

El grupo líder en la fabricación e importación de quesos en nuestro país registra una producción de 143.000 toneladas, mientras que el segundo llega hasta las 57.000 toneladas, el tercero se queda en las 38.000 toneladas y el cuarto y el quinto rondan las 35.000 toneladas en ambos

## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de quesos mantiene la tendencia general de todo el sector lácteo y resulta desfavorable para nuestro país, aunque durante los últimos tiempos las exportaciones están registrando un fuerte dinamismo que hace que el saldo negativo tienda a disminuir. El comercio exterior general de la partida de quesos y helados, donde los quesos ocupan el lugar predominante, refleja unas exportaciones durante 2017 de 576,8 millones de euros, frente a unas importaciones de 1.197,3 millones de euros, lo que arroja un saldo desfavorable para nuestro país de 620,5 millones de euros y una escasa tasa de cobertura del 48,2%.

Las exportaciones durante el último ejercicio computado superaron las 88.000 toneladas, lo que supone más del doble de las registradas diez años atrás, mientras que las importaciones llegaron hasta las 267.000 toneladas, lo que supone un 31% más

## PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES E IMPORTADORAS DE QUESOS

EMPRESA	PRODUCCIÓN TONELADAS
Grupo TGT	143.000
Queserías Entrepinares	57.000
Grupo Lactalis Forlisa	38.000
Lácteas García Baquero	35.000
Mondelez España Comercial	35.000
Grupo Friesland Campina	28.000
Mantequerías Arias	25.000
Quesería Lafuente	24.270
Arla Foods	21.000
Hochland Española	17.300

Datos de 2016

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

casos. Con producciones entre las 10.000 y las 28.000 toneladas aparecen otras doce empresas.

Las marcas blancas son muy importantes en este mercado. Así, entre los quesos nacionales de pasta prensada acaparan el 50,1% de todas las ventas en volumen y el 38% en valor, mientras que la primera oferta marquista presenta unos porcentajes del 13,8% y el 19,2% y la segunda se queda en el 12,9% y el 18%. ○

que hace una década. Se trata de un comercio exterior básicamente intraeuropeo, aunque en los últimos años han irrumpido con fuerza algunos otros países. Se considera que se exportaron 30.000 toneladas de quesos a países fuera de la Unión Europea. En cualquier caso, los clientes más importantes para los quesos españoles siguen siendo Italia, Portugal, Francia, Alemania; Reino Unido y Holanda.

Las importaciones provenientes de países no europeos registraron un incremento interanual del 11% durante el último ejercicio, pero continúan siendo muy minoritarias. Los principales proveedores de quesos para el mercado español son Alemania, con cerca de 70.000 toneladas, Francia (66.300 toneladas), Holanda (49.000 toneladas), Italia (21.000 toneladas) y Dinamarca (20.000 toneladas). A continuación aparecen Bélgica; Reino Unido; Polonia; Irlanda, Portugal y Luxemburgo. ○



## CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS</b>	<b>1.607,4</b>	<b>35,2</b>	<b>5.589,5</b>	<b>122,6</b>
BATIDOS DE LECHE	124,6	2,7	155,0	3,4
BATIDOS DE YOGUR	56,1	1,2	92,2	2,0
LECHES FERMENTADAS	660,2	14,5	1.459,5	32,0
YOGUR	438,2	9,6	788,2	17,3
YOGUR NATURAL	74,6	1,6	94,3	2,1
YOGUR SABORES	92,5	2,0	125,1	2,7
YOGUR FRUTAS	21,5	0,5	47,0	1,0
YOGUR DESNATADO	148,2	3,2	253,2	5,6
YOGUR ENRIQUECIDO	6,6	0,1	26,3	0,6
OTROS	94,8	2,1	242,3	5,3
YOGUR CON BÍFIDUS	135,2	3,0	352,8	7,7
OTRAS LECHES FERMENTADAS	86,8	1,9	318,5	7,0
MANTEQUILLA	14,6	0,3	95,2	2,1
MANTEQUILLA LIGHT	2,1	0,0	13,2	0,3
MANTEQUILLA NORMAL	12,5	0,3	82,1	1,8
QUESO	349,5	7,7	2.566,2	56,3
QUESO FRESCO	96,4	2,1	486,0	10,7
FRESCO LIGHT	34,5	0,8	126,6	2,8
FRESCO SIN SAL	0,5	0,0	3,8	0,1
FRESCO BAJO SAL	3,8	0,1	29,1	0,6
FRESCO CALCIO	1,5	0,0	3,8	0,1
QUESO FUNDIDO	39,1	0,9	221,5	4,9
QUESO TIERNO	22,3	0,5	166,1	3,6
QUESO SEMICURADO	81,0	1,8	704,5	15,4
QUESO CURADO	18,4	0,4	177,5	3,9
QUESO OVEJA	19,2	0,4	200,4	4,4
QUESO CABRA	12,7	0,3	138,4	3,0
QUESO DE BOLA	6,4	0,1	59,9	1,3
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,3	0,1	32,3	0,7
QUESO TIPO AZUL	3,2	0,1	35,6	0,8
OTROS TIPOS QUESO	46,5	1,0	344,0	7,5
HELADOS Y TARTAS	157,8	3,5	579,4	12,7
HELADOS	135,3	3,0	472,2	10,4
TARTAS	22,5	0,5	107,2	2,4
NATA	44,9	1,0	133,7	2,9
NATILLAS	41,9	0,9	97,3	2,1
FLANES PREPARADOS	44,0	1,0	115,6	2,5
CUAJADAS	7,0	0,2	19,1	0,4
CREMA DE CHOCOLATE	25,3	0,6	54,3	1,2
CREMA CATALANA	1,3	0,0	6,4	0,1
POSTRES CON NATA	16,1	0,4	34,5	0,8
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	64,4	1,4	181,2	4,0

CONSUMO Y GASTO  
EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 1.607,4 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 5.589,5 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 35,2 kilos de consumo y 122,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogur (9,6 kilos por persona), seguido del queso, con 7,7 kilos per cápita al año, y de los helados y tartas, que suponen un consumo de 3,5 kilos por persona al año. En términos de gasto, el queso concentra el 45,9%, con 56,3 euros por persona al año, y resulta significativa la participación del queso semicurado (15,4 euros) y del fresco (10,7 euros). Por su parte, el yogur supone el 14,1% del gasto total en este tipo de productos, con 17,3 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 10,6%, con 12,7 euros per cápita anuales. ○



### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de derivados lácteos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de derivados lácteos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de derivados lácteos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de derivados lácteos, mientras que

los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

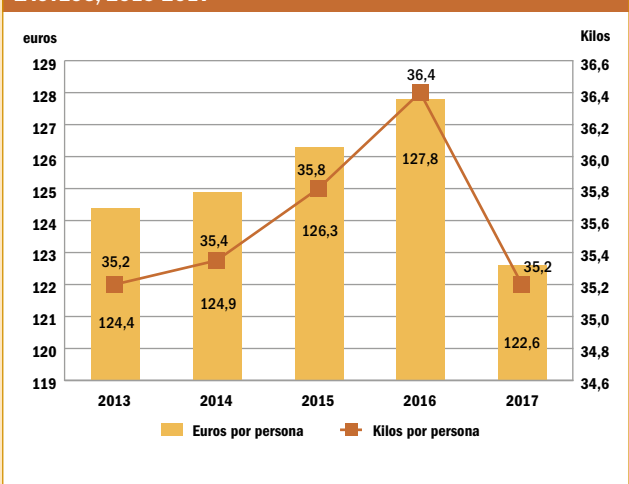
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de derivados lácteos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones 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 Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Castilla y León y, sobre todo, a Castilla-La Mancha. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

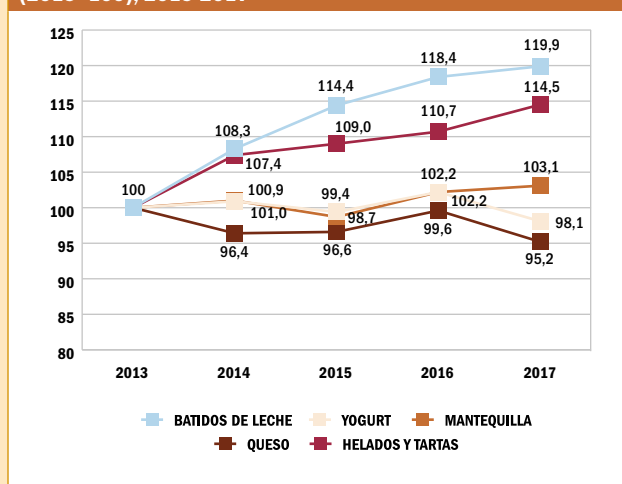
Durante los últimos cinco años, el consumo de derivados lácteos se ha mantenido estable, y el gasto ha experimentado un descenso de 1,8 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2016 (36,4 kilos y 127,8 euros por consumidor).

En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de batidos de leche, helados, tartas y mantequilla aumenta, mientras que en el caso del yogurt y del queso se produce un descenso.

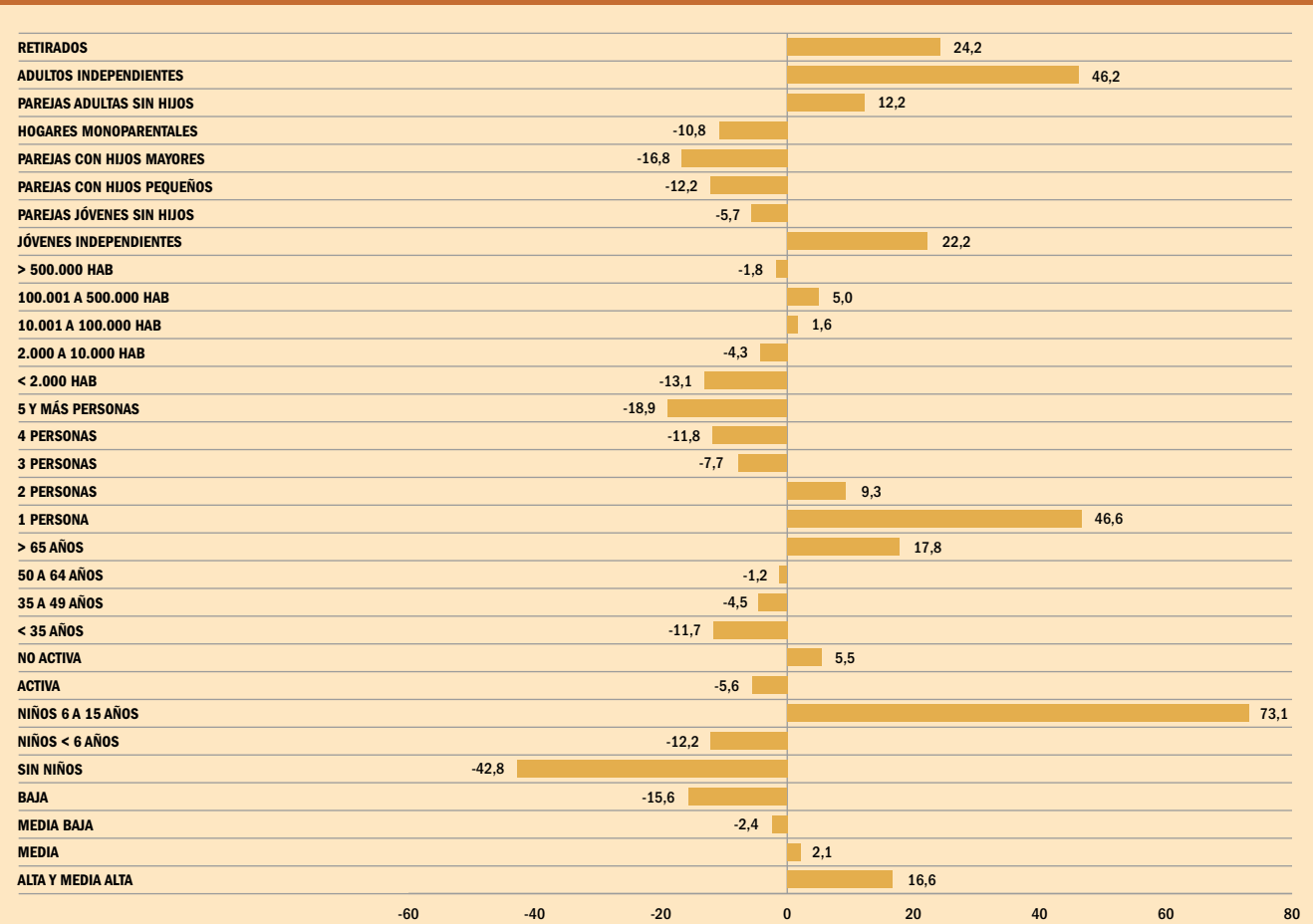
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2013-2017



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE DERIVADOS LÁCTEOS (2013=100), 2013-2017

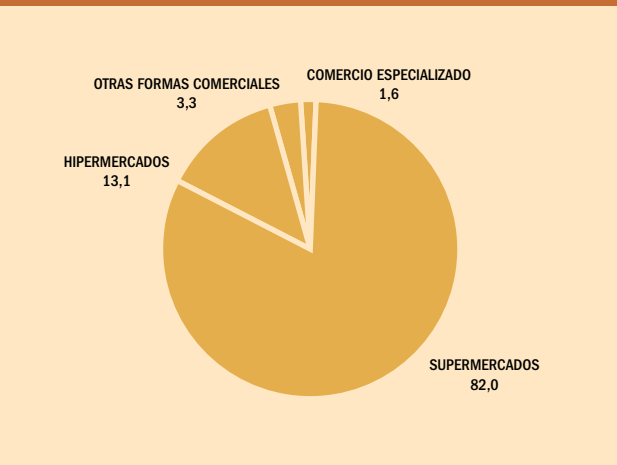


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE DERIVADOS LÁCTEOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 35,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de derivados lácteos a los supermercados (82% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,1% y los establecimientos especializados llegan al 1,6%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 3,3%. ○



## DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD

## 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-TRESVISÓ

QUESO-NATA DE CANTABRIA

QUESUCOS DE LIÉBANA

## MARCAS "CALIDAD CONTROLADA"

QUESO DE OVEJA CURADO

## CASTILLA-LA MANCHA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO MANCHEGO

## CASTILLA Y LEÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO ZAMORANO

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESO DE VALDEÓN

QUESO LOS BEYOS \*\*/

## DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCAS DE GARANTÍA

QUESO CASTELLANO

## 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 SERVILETA

QUESO DE LA NUCÍA

QUESO TRONCHÓN

## EXTREMADURA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO DE LA SERENA

QUESO IBORES

TORTA DEL CASAR

## GALICIA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDA

QUEIXO TETILLA (QUESO TETILLA)

CEBREIRO

SAN SIMÓN DA COSTA

ARZÚA-ULLOA

## LA RIOJA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN CALIFICADAS

QUESO CAMERANO

## REGISTRADO Y CERTIFICADO

QUESOS

## MADRID

## ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

QUESO DE CABRA DE MADRID

QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

## MURCIA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO DE MURCIA

QUESO DE MURCIA AL VINO

## MARCAS DE GARANTÍA

QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

## NAVARRA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

IDIAZÁBAL \*\*/

RONCAL

## PAÍS VASCO

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

IDIAZÁBAL \*\*/



\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CCAA

⊖ Inscrita en el Registro de la UE



## Afuega'l Pitu<sup>®</sup>

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 troncocónica 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 900.000 litros de leche con destino a la elaboración de quesos con DOP. El Consejo Regulador tiene registradas 8 queserías que comercializan más de 120.000 kilos de queso con DOP, que se distribuyen preferentemente en el mercado nacional.

## Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El territorio de producción y elaboración del tradicional queso gallego amparado por la DOP comprende 15 municipios de la provincia de A Coruña y otros 9 de la de Lugo.

**CARACTERÍSTICAS:** Se elabora con leche de vaca cruda, entera o pasteurizada de las razas Rubia Gallega, Frisona y Pardo Alpina. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días y se producen tres variedades: Queso Arzúa-Ulloa, Queso Arzúa-Ulloa de Granja y Queso Arzúa-Ulloa Curado. De fina corteza lenticular, de color amarillo, sabor suave, ligeramente salado y con un punto ácido muy característico.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos más de 600 productores, 9.500 cabezas, 400 explotaciones que producen 20 millones de litros de leche, y 18 queserías que elaboran y comercializan una media anual de unos 2,4 millones de kilos de las tres variedades de quesos con DOP, que se consumen en su práctica totalidad en el mercado regional de Galicia.

## Cabrales<sup>®</sup>

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.

## Cebreiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción del Queixo do Cebreiro se localiza en 13 concejos al sudeste de la provincia de Lugo.

**CARACTERÍSTICAS:** El queso se elabora con leche pasteurizada de vaca de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona o sus cruces, aunque también se puede utilizar leche de cabra en una proporción que no supere el 40% del total. El período de maduración oscila entre 48 horas para el fresco y 2 meses para el curado y su peso va de 0,3 kilos a 2 kilos. El queso se presenta en forma de seta o gorro de cocinero y de corteza fina o inexistente. La pasta es granulosa, blanda, untuosa y fundente en el paladar, con sabor levemente ácido.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 6 productores y 4 empresas queseras que comercializan una media anual de 30.000 kilos de queso con Denominación de Origen Protegida.

*Formatge de L'Alt Urgell i La Cerdanya* ◊

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y la elaboración del queso en las comarcas de l'Alt Urgell y la Cerdanya de las provincias de Lleida y Girona.

**CARACTERÍSTICAS:** Se utiliza exclusivamente leche fresca de vaca. El proceso de maduración se prolonga durante un mínimo de 45 días en cavas. Los quesos son de forma cilíndrica, de 2,5 kilos de peso, de pasta prensada, no cocida, de color crema o marfil, de textura tierna y cremosa, de aroma dulce y penetrante, gusto suave, agradable y muy característico.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas 7.000 cabezas reproductoras y 100 explotaciones ganaderas que producen aproximadamente 2,5 millones de litros de leche destinada a la elaboración de queso protegido. Se comercializan aproximadamente 300.000 kilos de queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

*Gamoneu (Gamonedo)*

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica está situada en el Parque Nacional de Picos de Europa y los municipios que la integran son Cangas de Onís y Onís en el Principado de Asturias.

**CARACTERÍSTICAS:** Es graso, ahumado, madurado, de corteza natural, elaborado artesanalmente con mezcla de leche de oveja, vaca y cabra. Es de forma cilíndrica y su peso oscila entre 0,5 y 7 kilos, la consistencia de la pasta es dura o semidura. Su color en el interior es blanco o blanco amarillento y azulado-verdoso en su exterior, y según la cepa de moho de las cuevas llega a adquirir un color rojizo. Su sabor presenta un predominio suave de humo y ligeramente picante. En boca evoluciona a mantecoso y con regusto persistente a avellanas. Las variedades autorizadas son las tradicionales "Gamoneu" o "Gamonedo" del Puerto y "Gamoneu" o "Gamonedo" del Valle.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas 22 explotaciones ganaderas que producen más de 1.116.835 litros de leche con destino a la elaboración de producto. Están registradas 21 queserías que comercializan 94.108 kilos de queso con DOP.

*Idiazábal* ◊

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción del queso con Denominación de Origen Protegida Idiazábal se extiende por todo el País Vasco y Navarra (excepto la zona del valle del Roncal).

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Carranzana. El período de maduración mínimo es de 2 meses. Se producen quesos ahumados y sin ahumar y el peso puede oscilar entre 1 y 3 kilos. De sabor intenso, amplio, limpio y consistente, resulta un queso equilibrado y con una marcada y definida personalidad.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas unas 500 explotaciones, que producen una media anual de 8,4 millones de litros de leche. Las 115 queserías que producen aproximadamente unas 1.200 toneladas de queso Idiazábal al año. Declarado "Producto Patrimonio Culinario Europeo".

*Mahón* ◊

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración de queso comprende todo el territorio de la isla de Menorca, en Baleares.

**CARACTERÍSTICAS:** Los quesos se elaboran con leche entera de vaca; tienen forma cuadrada y un peso entre uno y cuatro kilos. Se fabrican tres variedades: Tierno, de 21 a 60 días de maduración, resulta suave, blando y elástico, de aromas lácticos y ligero sabor ácido; Semicurado, de 2 a 5 meses de maduración, anaranjado o pardo si es artesano y reminiscencias a mantequilla y avellanas; y Curado, con más de cinco meses de maduración, sabor y aroma intensos, persistencia bucal larga, recuerdos a madera envejecida, cuero curtido o cava de maduración y suave aparición picante; se le considera el "parmesano" español.

**DATOS BÁSICOS:** 7.913 vacas y 131 explotaciones ganaderas producen 48,5 millones de litros de leche al año, mientras 48 queserías comercializan más de 2,4 millones de kilos de queso, que se venden en el mercado nacional, salvo un 13,3% que se destina a la exportación.

### *Picón Bejes-Tresviso* <sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona protegida ampara varios términos municipales de la comarca de Liébana, con Bejes, Tresviso y Turieno como principales núcleos queseros, localizados al sudoeste de Cantabria.

**CARACTERÍSTICAS:** Se elabora con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo-Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración en cuevas naturales es de al menos 2 meses. De forma cilíndrica, corteza blanda, delgada y untuosa de color gris con zonas amarillas. La pasta es compacta, con ojos de color blanco y zonas con vetas de color azul-verdoso. El sabor es levemente picante, más acusado cuando está elaborado con leche de oveja o cabra, o en mezcla.

**DATOS BÁSICOS:** Hay censadas 1.269 cabezas de ganado y 15 explotaciones ganaderas que producen 475.038 litros de leche al año; 4 queserías comercializan anualmente algo más de 51.230 kilos de queso destinados al mercado nacional.

### *Queso Camerano*

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de leche apta para la elaboración de los quesos amparados por la Denominación está constituida por todos los municipios de las comarcas de La Rioja Alta y Sierra de Los Cameros. La zona de elaboración, maduración y conservación pertenece a La Rioja Media y Baja.

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utiliza leche de cabra de las razas Serrana, Murciano-Granadina, Malagueña, Alpina y sus cruces. De forma cilíndrica, su peso oscila entre 200 y 1.200 gramos y se producen cuatro variedades: frescos, tiernos, semicurados y curados.

**DATOS BÁSICOS:** En La Rioja existen 270 explotaciones de ganado caprino con unos 10.000 animales, de los que 4.646 son para la producción de leche, que se sitúa en torno a los 800.000 litros anuales. De ellos, 250.000 se destinan a la elaboración del Queso Camerano, lo que se traduce en unos 25.000 kilos de queso al año. En la actualidad hay 2 queserías que elaboran este producto.

### *Queso Casín*

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona que delimita esta DOP comprende los concejos de Caso, Sobrescobio y Piloña en el Principado de Asturias. El Queso Casín es uno de los más antiguos de España.

**CARACTERÍSTICAS:** Se elabora a partir de leche de vaca entera cruda

de vaca, de las razas Asturiana de la Montaña o Casín, Asturiana de los Valles, Frisona y sus cruces. Es característica su peculiar técnica de amasado de la cuajada: se amasa varias veces en la "máquina de rabilar". De aroma potente y punzante, su sabor es picante, fuerte y persistente, aumentando en intensidad al incrementar el número de amasados. Su forma es cilíndrica-discoidal irregular, con un peso de 250 a 1.000 gramos, tiene color amarillo cremoso oscuro y presenta una de las caras grabadas con motivos ornamentales exclusivos para cada elaborador.

**DATOS BÁSICOS:** Se producen más de 100.000 litros de leche con destino a la elaboración de este producto. El Consejo Regulador cuenta con cuatro queserías registradas que comercializan aproximadamente 40.000 unidades de Queso Casín, distribuidas preferentemente en el mercado nacional.

### *Queso Los Beyos*

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración se encuentra ubicada en la vertiente atlántica de la cordillera Cantábrica, en su sector centro-oriental, coincidiendo con la cuenca alta del río Sella, que discurre, en este tramo, a través del desfiladero de Los

Beyos, del que toma su nombre el queso.

**CARACTERÍSTICAS:** Se trata de un queso madurado, de coagulación predominante láctica, de pequeño tamaño, cilíndrico, de diámetro ligeramente superior a la altura, con un peso entre 250 y 500 gramos; de corteza fina y rugosa; de pasta semidura a dura, cerrada y desmenuzable al corte; de textura firme y friable, poco o nada elástica; con aroma y sabor característicos, agradables y equilibrados, que recuerdan a la leche de la que procede.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador es el encargado de garantizar, tanto en el proceso como en el producto, a través de su estructura de control, el cumplimiento de los requisitos establecidos para poder ser amparados por la IGP Los Beyos. Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

### Queso-Nata de Cantabria<sup>®</sup>

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<sup>®</sup> (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 graso al paladar.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritas cerca de 45.100 vacas y 1.760 explotaciones ganaderas que producen unos 13 millones de litros de leche. Las 36 queserías registradas producen una media anual de 1,5 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 98% en el mercado nacional y el 2% restante se destina a la exportación.

### Queso de Flor de Guía y Queso de Guía

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Se produce en el noroeste de Gran Canaria, en los municipios de Santa María de Guía, Gáldar y Moya.

**CARACTERÍSTICAS:** Es un queso elaborado con leche de oveja o mezcla de esta con leche de vaca canaria y sus cruces o cabra de cualquiera de las razas canarias. Para su fabricación, totalmente artesanal, se utiliza cuajo vegetal, obtenido de la flor de cardo azul, de ahí su nombre. Su corteza, de color amarillo-blanquecino, resulta ligera, y el interior es compacto, aunque con pequeñas galerías de origen fermentativo. De graso a 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<sup>®</sup>

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.

Tan natural como tú.



lleno de vida

25  
ANIVERSARIO

En nuestro 25 aniversario, queremos colaborar con todos los que tienen un proyecto social, una idea y ayudarles a hacerla realidad. Entra en [queixotetilla.org](http://queixotetilla.org) y cuéntanos lo que quieres hacer para mejorarla sociedad, tenemos hasta 6.000 euros para ayudarte a darle vida.

### Queso Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción abarca las comarcas naturales de Ibores, Trujillo, La Jara y Villuercas, situadas en el sureste de Cáceres (Extremadura).



**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utiliza leche cruda de cabra Serrana, Verata, Retinta y sus cruces. Al término de su proceso de maduración, el queso presenta un color amarillo céreo a ocre oscuro, siendo tradicional la presentación pimentonada, así

como untados en aceite. Se trata de un queso graso, de irresistible sabor, mantecoso al paladar, moderadamente picante, suavemente caprino en el retrogusto y con aromas a leche cruda.

**DATOS BÁSICOS:** 18.007 cabras censadas en 56 explotaciones ganaderas extensivas y familiares producen leche de calidad, que elaboran las 8 queserías inscritas productoras de Queso Ibores. Durante la última campaña se comercializaron en torno a 140.000 kilos de Queso Ibores.

### Queso Majorero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:**

La zona de elaboración y producción de queso se extiende por todo el territorio

de la isla de Fuerteventura, en la comunidad autónoma de Canarias.

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utiliza leche de cabra de la raza Majorera. De forma cilíndrica, su peso oscila entre 1 y 6 kilos y se fabrican tiernos, semicurados, curados, con pimentón y con gofio. El queso es de color blanco en los tiernos y ceroso en los curados, de textura cremosa y sabor ácido y algo picante.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están censadas más de 38.770 cabras y 103 explotaciones ganaderas, que producen 2.067.470 litros de leche al año. Las 24 queserías inscritas producen y comercializan una media anual de 297.183 kilos de Queso Majorero, que se consumen en un gran porcentaje en el mercado insular canario y el resto en el mercado peninsular y extranjero.

### Queso Manchego

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción se extiende por 399 municipios de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en Castilla-La Mancha.

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche cruda o pasteurizada de oveja Manchega. La maduración mínima es de 30 días para quesos con peso igual o inferior a 1,5 kg. y de 60 días para el resto de formatos. La maduración máxima es de 2 años. Su peso oscila entre 0,4 y 4 kg. Puede ser semicurado o curado y también en aceite. De pasta firme y compacta, de color amarillento o pardo oscuro, el sabor es fuerte, sabroso, de buen bouquet y retrogusto. Está considerado como uno de los mejores quesos de oveja del mundo.

**DATOS BÁSICOS:** 749 ganaderías y más de 547.082 ovejas producen más de 80 millones de litros de leche al año; 65 queserías artesanales e industriales elaboran y comercializan anualmente cerca de 15,4 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 <sup>®</sup>

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 <sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración de queso comprende 8 términos municipales de la comarca de Liébana, al oeste de Cantabria.

**CARACTERÍSTICAS:** Se elaboran con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración es de 2 meses cuando se utiliza leche cruda e inferior cuando es con leche pasteurizada. El peso oscila entre los 400 y los 600 gramos y pueden elaborarse

ahumados, resultando de color amarronado, con un ligero sabor y olor a humo. Sin ahumar son quesos de pasto firme y compacto y de color ligeramente amarillento.

**DATOS BÁSICOS:** Las 1.397 cabezas de ganado censadas (vacuno, ovino y caprino) en el Consejo Regulador y 23 explotaciones ganaderas producen 417.749 litros de leche al año. Las 6 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 44.461 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

### San Simón da Costa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de producción y elaboración se localiza en la comarca de Terra Chá, al norte de la provincia de Lugo, en Galicia.

**CARACTERÍSTICAS:** El queso se elabora con leche de vaca procedente de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona y sus cruces. El proceso de ma-

duración es de 60 días y después se procede al ahumado con madera de abedul. El queso presenta una forma entre peonza y bala, su corteza es de color amarillo-ocre y algo grasienta. La pasta es de textura fina, grasa, semidura, de color entre blanco y amarillo, y suave al corte. Se comercializa en formato ordinario de 0,8 a 1,5 kilos y en formato bufón de 400 gramos a 800 gramos.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene registradas 11.916 cabezas de ganado, 346 explotaciones ganaderas y 10 empresas queseras, que comercializan una media anual de 480.680 kilos de queso con DOP, destinados principalmente al mercado nacional.

### Roncal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción de queso con Denominación de Origen Protegida se localiza en los 7 municipios que conforman el Valle del Roncal, en la Comunidad Foral de Navarra.

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Rasa. El período de maduración mínimo es de 4 meses. El queso es de formato cilíndrico, bien cortezado, compacto y de corte frágil. De color blanco marfil, tirando a amarillo pálido, posee un sabor recio, pronunciado, ligeramente picante, muy definido y mantecoso al paladar.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están censadas 52.905 ovejas en 206 explotaciones ganaderas, que producen 2,5 millones de litros de leche al año. Las 5 queserías registradas elaboran y comercializan una media anual de 413.144 kilos de queso, que se venden en más del 90% en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.



### Torta del Casar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

Consejo Regulador  
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 untada 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 17.000 ovejas que han producido en 2016 un total de 2.407.000 litros. Por su parte, las 7 industrias queseras certificadas produjeron 294.500 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

El subsector cárnico-ganadero representó en 2017 el 28,9% de la Producción Final Agraria y en torno al 76% de la Producción Final generada por todo el sector animal, de lo que se deduce su importancia por encima de otras producciones de origen animal como la leche o los huevos. A efectos de calcular la renta agraria, el subsector de las carnes y el ganado generó en 2017 un total de 14.212,4 millones de euros expresados en valores corrientes a precios básicos, una cifra superior en un 9% a la del año precedente.

En 2017 registraron aumentos de producción los subsectores de la carne de bovino, porcino y aves. Por el contrario, bajaron las producciones de carne de ovino-caprino, equino y también la de carne de conejo, como en 2016.

Por su lado, al contrario que en el año precedente los precios de todas las carnes fueron más altos que en el año anterior, con una media del 8,6%.

De todos los sectores, la mayor subida en cantidad fue la de la carne de porcino y el mayor incremento de precios se dio en la carne de ovino-caprino.

A nivel comunitario, el conjunto de las producciones cárnicas generó un valor -a efectos de calcular la renta agraria- de 93.804 millones de euros en 2017. Este subsector representaba el 58,5% de toda la Producción Ganadera final de la UE en 2017 y el 26% de la Producción Agraria final. ●

### COMERCIO DE CARNES

En su conjunto, las exportaciones cárnicas alcanzaron en 2017 la cifra récord de 5.704 millones de euros, un 9,3% más que en el año anterior, según datos de la Dirección General de Aduanas. El grueso de estas ventas se produjo a los países de la UE.

Las exportaciones de carne y productos elaborados durante 2017 registraron un notable incremento tanto en valor como en volumen. Según datos de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne (ANICE), se vendieron en el exterior 2,3 millones de toneladas de estos productos, por un valor de 5.562 millones de euros.

El principal producto que se exporta en volumen es el porcino y sus derivados. Más del 50% de las exportaciones fueron porcino y aunque otras como las de vacuno crecieron en 2017, quedaron muy lejos de las primeras.

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017
AVES	1.437	1.446	1526,6	1542,2
CAPRINO	8,5	9,2	9,9	10,7
CONEJOS	63,8	62,7	59,6	56,7
OVINO	114	117	117,1	114,8
PORCINO	3.625	3.855	4.181	4.248,8
VACUNO	577,2	633,8	637,7	641
*OTRAS CARNES	11	13,1	13,7	12
<b>TOTAL</b>	<b>5.836</b>	<b>6.137</b>	<b>6.407</b>	<b>6.626</b>

FUENTE: MAPA.

\*Equino y cerdo ibérico principalmente.

Por países, China, Corea del Sur y Japón fueron los principales destinos de las exportaciones gracias al porcino. Por su lado, en la UE se comercializa tanto porcino como vacuno.

El sector de la industria cárnica en España cuenta con unas 3.000 empresas, el 21% de todo el sector de la industria agroalimentaria, que facturan unos 22.000 millones de euros al año.

A nivel europeo, el sector cárnico representa en torno al 58,5% de la Producción de la Rama Ganadera y el 26% de la Producción Agraria total, a efectos de calcular la renta agraria. Según datos de la Comisión Europea, en 2017 el sector de las carnes generó 93.804 millones de euros, un 3,4% más que en el año anterior.

Dentro del sector ganadero europeo, el porcino es el subsector que más aporta, seguido del vacuno, las aves y el ovino-caprino. El resto de las cabañas ganaderas son menos representativas. ○



## PORCINO

Por su aportación económica, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2017, el sector del porcino supuso el 36,8% de la Producción Final Ganadera y el 14,4% de la Producción Final Agraria (un porcentaje muy superior al del año 2016). Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en 2017 ascendió a 6.894,7 millones de euros, casi 696 millones de euros más que en 2016.

La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 1,1% (el año anterior había aumentado un 6%) y los precios subieron un 10% (en 2016 habían bajado un 0,3%), dos hechos que propiciaron un aumento del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 11,2%, según estimaciones del MAPA.

Al igual que en los dos años anteriores, el número de explotaciones dedicadas al porcino disminuyó también en 2017 debido a la profunda reestructuración que está viviendo el sector. Según los datos del ministerio de Agricultura, se registraron 86.615, un 1% menos. El grueso de estas explotaciones eran granjas de crianza intensiva de cerdos, mientras que el resto eran establecimientos de producción mixta (intensiva-extensiva) o directamente extensiva.

Por el número de explotaciones registradas, en 2017 destacaron un año más Galicia (33%), Extremadura (15%), Andalucía (14%) y Castilla y León (11%), mientras que por número de cabezas en las granjas sobresalieron Cataluña, Aragón, Castilla y León y Castilla-La Mancha. Esta falta de coincidencia entre las regiones con más explotaciones y las que tienen más ganado se debe a que en las últimas priman las granjas intensivas de mayor tamaño.

Al acabar 2017 el censo de porcino de producción cárnica rondaba los 30,13 millones de cabezas, frente a los 29,23 millones del año 2016. De este censo total, 12,2 millones eran cerdos de cebo y 8,4 millones eran lechones.

Por su parte, el número de animales sacrificados en 2017 ascendió a 49,7 millones de cabezas (3,9% más que en 2016), con una producción de algo más de 4,2 millones de toneladas de carne, un volumen superior al del año anterior.

La producción de carne de porcino en 2017 se concentró en Cataluña (43%), Castilla y León (13,6%), Aragón (11,4%) y Castilla-La Mancha (8,2%). 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, al contrario que en el año anterior en 2017 subieron tanto las importaciones como las exportaciones.

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

	2016	2017
ANDALUCÍA	311,1	307,0
ARAGÓN	476,3	561,8
ASTURIAS	7,2	4,3
BALEARES	4,0	3,7
C. VALENCIANA	119,8	118,1
CANARIAS	5,8	5,9
CASTILLA LA MANCHA	341,1	342,3
CASTILLA y LEÓN	568,3	578,7
CATALUÑA	1.793,8	1.751,5
EXTREMADURA	74,2	77,5
GALICIA	82,3	89,5
LA RIOJA	1,6	1,5
MADRID	75,4	82,2
MURCIA	296,7	321,0
NAVARRA	22,2	2,0
OTRAS COMUNIDADES	1,2	1,3
<b>TOTAL</b>	<b>4.181,1</b>	<b>4.248,8</b>

FUENTE: MAPA

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	110.566	117.877	118.168	116.900
UE	22.540	22.917	23.563	23.311
<b>ESPAÑA</b>	<b>3.625</b>	<b>3.855</b>	<b>4.181</b>	<b>4.248,8</b>

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

*Por el número de explotaciones registradas, en 2017 destacaron un año más Galicia (33%), Extremadura (15%), 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*





## Uno más de la familia

En ElPozo sabemos que las familias se construyen a base de confianza y en la nuestra, todo lo que hacemos es para merecer la tuya. Por eso estamos a tu lado para lo que necesites.

En esta familia se mira al futuro con la convicción y la ilusión de quien lleva preparándose para él toda la vida.

Contamos con las más exigentes certificaciones.



Uno más de la familia

[www.elpozo.com](http://www.elpozo.com)

Sumando el comercio intracomunitario y el comercio con países terceros, las exportaciones de carne y productos cárnicos sumaron 2,16 millones de toneladas (un 1% más). Por su lado, las importaciones ascendieron a 275.312 toneladas, unas 4.000 toneladas más que en el año anterior.

A estas cantidades de carne y despojos exportadas hay que sumar los datos del comercio de animales vivos, que también se comercializaron.

El grueso de las ventas de carne (1,45 millones de toneladas) se produjeron al mercado comunitario y el resto a países terceros. Prácticamente el 65% del porcino que España exportó a la UE en 2017 fue carne y el resto despojos, lechones, etc. Asimismo, el país al que más se exportó fue Francia (22,7% del total), seguido de Portugal (14,2%).

Fuera de la UE, los destinos de la carne de cerdo procedente de España fueron a parar a China, Japón, Filipinas y Corea de Sur. En cuanto a las importaciones, la mayor partida (casi el 95%) procedió también de los países comunitarios. ●

## PORCINO IBÉRICO

Además del porcino de capa blanca, en España hay también una importante producción de cerdo ibérico. En 2017 el censo de ganado porcino ibérico se situó en unos 3,2 millones cabezas, continuando con la tendencia alcista de los últimos cuatro años. La producción de carne de cerdo ibérico se elevó a 428.000 toneladas en canal, un volumen muy superior al del año precedente.

### CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES		
	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	2.377	2.323	2.611
ARAGÓN	5.030	5.063	7.762
CASTILLA-LA MANCHA	2.865	2.930	1.624
CASTILLA Y LEÓN	3.813	3.896	4.007,8
CATALUÑA	7.291	7.290	7.754,3
COMUNIDAD VALENCIANA	1.311	1.318	1.161,8
EXTREMADURA	1.355	1.516	1.158,2
GALICIA	1.231	1.224	1.096,9
MURCIA	2.048	2.146	1.870
OTRAS CC.AA.	1.007	1.043	925
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>28.328</b>	<b>28.749</b>	<b>29.971</b>

FUENTE: MAPA

Extremadura fue la región con mayor número de efectivos (39% del total), seguida de Castilla y León (26%), Andalucía y Castilla-La Mancha.

El aumento de la producción de cerdos ibéricos, tanto en régimen extensivo como en condiciones intensivas, (ibérico “de cebo”), alcanzó su máximo en 2007 dando lugar a una situación de sobreoferta y desequilibrio del mercado, que ocasionó una disminución de los precios. La caída afectó en mayor medida a los productos de mayor calidad (“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. ○

## 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 2017. Según datos de la Comisión Europea, la producción total de carne de cerdo alcanzó un valor de 35.290 millones de euros, un 8,3% más que en el año anterior.

El sector representaba en 2017 el 22% de toda la Producción Ganadera final de la UE, así como también el 9,8% de la Producción Agraria total.

A nivel comunitario, el censo de porcino en 2017 superó los 150,1 millones de cabezas frente a los 147,2 millones del año anterior. De este total, el 20% estaban en España y el 18,4% en Alemania, que perdió su posición de líder en el censo comunitario de porcino.

Otros países que destacaron por su censo de porcino fueron Francia (8,7%), Dinamarca (8,5%), Holanda (8,2%) y Polonia (7,9%).

En cuanto a la producción de carne, el volumen producido a nivel comunitario fue menor que el de 2016 (23,3 millones de toneladas, un 1% menos). Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2017 fueron Alemania (23,4%), España (18,2%), Francia (9,3%) y Polonia (8,5%), según datos de la Comisión.

A nivel mundial también se redujo la producción, que rondó los 111 millones de toneladas de carne, 1 millón menos que en 2016. China, con el 48%, fue el país con mayor producción del mundo, seguido de la Unión Europea (21%) y de Estados Unidos (10,5%). Otros países con gran producción de carne de porcino son Brasil, Rusia y Vietnam, con porcentajes muy inferiores. ○



## 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.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2017 el 17,6% de la Producción Final Ganadera y el 6,7% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos superiores a los del año pasado.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó un 0,9%, confirmando la tendencia al crecimiento que se inició en 2015. Asimismo, al igual que un año antes, los precios subieron (un 4,9%), con lo que el valor generado por este subsector creció también hasta llegar a 3.283 millones de euros, expresados en valores corrientes (en 2016 la cifra fue 3.101,8 millones de euros).

Los censos de vacuno crecieron hasta 2004 y después comenzaron a bajar hasta 2014. En 2017, el censo se elevó a 6,46 millones de cabezas, de las que menos de 900.000 eran vacas lecheras.

Por Comunidades Autónomas, el primer lugar en el censo de vacuno de carne en número de efectivos lo ocupa Castilla y León (23%), seguido de Extremadura (15%), Galicia (11%) y Cataluña (10%).

La producción de carne de vacuno en España aumentó en 2017 por tercer año consecutivo. Así, la producción ascendió a 641.000 toneladas, 3.000 toneladas más que en el año anterior.

El sector de vacuno español de carne está integrado por dos grandes subsectores: el de las vacas madres y el sector del cebo. A diferencia de la Europa del norte, donde son frecuentes las explotaciones de ciclo cerrado, en España, las dos fases se dan en explotaciones diferentes y de localizaciones geográficas normalmente alejadas. La etapa o fase más cara y delicada es el de la vaca de cría o vaca nodriza como normalmente se denomina a las hembras reproductoras en el argot comunitario, que adquieren este nombre por el hecho de amamantar a los terneros que paren, sin someterse en ningún momento al ordeño.

El objetivo de producción de este sector de las vacas nodrizas es suministrar terneros para la producción de carne. En este grupo de vacas destacan las razas autóctonas españolas (avileña-negra ibérica, asturiana de los valles y asturiana de la montaña, morucha, retinta y rubia ga-

### CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO TOTAL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2016	2017
ANDALUCÍA	253,4	24,9
ARAGÓN	32,1	33,1
ASTURIAS	15,4	14,2
BALEARES	2,3	2,4
C. VALENCIANA	56,7	61,9
CANARIAS	2.394,0	2,7
CANTABRIA	9,9	10,9
CASTILLA LA MANCHA	47,1	49,0
CASTILLA y LEÓN	11,3	109,2
CATALUÑA	132,5	130,6
EXTREMADURA	32,5	36,4
GALICIA	96,5	94,2
LA RIOJA	3,4	3,6
MADRID	29,2	29,1
MURCIA	21,1	20,9
NAVARRA	5,5	5,5
PAÍS VASCO	1,2	12,3
<b>TOTAL</b>	<b>637,0</b>	<b>641,0</b>

FUENTE: MAPA

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	59.260	64.958	65.974	65.730
UE	7.326	7.583	7.823	7.795
<b>ESPAÑA</b>	<b>579</b>	<b>626</b>	<b>637,7</b>	<b>641</b>

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

llega) 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 pasibles 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.

El aumento del censo del ganado vacuno en España ha sido claramente a favor de las vacas nodrizas. ●

## COMERCIO Y PRECIOS

La balanza comercial en el sector del vacuno es tradicionalmente negativa, si se tienen en cuenta todas las importaciones y exportaciones del sector (carne fresca, congelada, animales vivos y despojos). En los últimos años, esa balanza se está equilibrando por el auge de la exportación.

Así, en 2017 el valor de las importaciones de carne fue de 685 millones de euros (8,9% más que un año antes), mientras que el de las exportaciones ascendió a 642 millones de euros.

De este total, cerca del 47% de las importaciones correspondieron a carne fresca, el 37% a animales vivos, el 12% fue carne congelada y los productos menos importados fueron los despojos y la carne salada, seca, ahumada o en salmuera, con menos del 4%.

La vocación exportadora de este sector se aprecia en que casi el 27% de la carne producida se exportó.

A este respecto, las exportaciones de carne (fresca, refrigerada y congelada), consiguieron en 2017 un nuevo record, al totalizar 171.900 toneladas, (un 1% más que en 2016). Por su lado, las importaciones rondaron 124.200 toneladas, un 0,5% más.

Casi el 90% de esta carne tuvo como destino la UE, principalmente países como Portugal, Francia, Italia y Holanda. Solo un 11% de las partidas traspasaron las fronteras comunitarias, hacia países como Argelia, Hong-Kong y Marruecos.

## CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES		
	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	517	520	529,5
ARAGÓN	331,7	345,8	371,3
ASTURIAS	398,7	396	392,8
BALEARES	25,4	26,8	27,6
CANARIAS	19,6	20,3	19,3
CANTABRIA	280,8	283,5	282,3
CASTILLA-LA MANCHA	397,8	425,9	460,4
CASTILLA Y LEÓN	1.338	1.372,50	1.414,60
CATALUÑA	604,3	620,1	643,3
COMUNIDAD VALENCIANA	54,3	55,4	54,8
EXTREMADURA	807,5	833,2	850,4
GALICIA	951,9	892,7	941,1
LA RIOJA	41,6	41,2	45,2
MADRID	91,7	93,4	93,7
MURCIA	70,1	77,4	79,8
NAVARRA	116,3	115,7	122,3
PAÍS VASCO	135,6	136,5	137,4
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>6.183</b>	<b>6.257</b>	<b>6.466</b>

FUENTE: MAPA

En cuanto a las importaciones, los países extracomunitarios que más vendieron a España fueron Brasil y Uruguay.

Respecto al comercio de animales vivos, las exportaciones y las importaciones aumentaron en el año 2017. ○

## VACUNO EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la aportación del sector del vacuno de carne a la renta agraria es superior a la de España. Este sector generó en 2016 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 30.426 millones de euros, lo que supuso el 19% de la Producción Final Ganadera y también el 8,5% 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. La cabaña comunitaria está liderada por Francia (21% del total), a pesar de que en los últimos años ha visto como se reducía su censo. El segundo país por número de cabezas de bovino es Alemania (14%), seguido de Reino Unido (11%), Irlanda (7,4%) e Italia (7,1%). España ocupa la sexta posición.



CARNES de las RAZAS  
Angus y Hereford...

NUESTRA CARNE de siempre...  
...con un toque de sofisticación.

**Bord Bia**  
Irish Food Board

La producción de carne de vacuno en la UE se elevó a 7.795 millones de toneladas, un 0,3% menos que en 2016. A esa producción, Francia el 18,4%, Alemania el 14% y Reino Unido el 11,5% y España aportó el 8,2%;

Con respecto a la balanza comercial, la UE exporta anualmente por encima de las 210.000 toneladas, entre carne, animales vivos y despojos, e importó unas 795.000 toneladas en 2016.

Los Países Bajos fueron los que más importaron, seguidos de Italia y Alemania. Los destinos principales fueron Turquía y el Líbano.

## 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.

El sector ovino-caprino representaba en 2017 el 2,5% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,5% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos ligeramente inferiores a los que representó en 2016. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.243 millones de euros, 40 millones de euros más que en 2016. La cabaña ganadera de ovino volvió a descender en 2017 (un 2%) hasta las 15.965 cabezas. De este total, 13.737 animales eran ovino destinado al ovino de carne, una cifra ligeramente por encima de la del año anterior.

Por su censo de ovino destinado a la producción de carne destacaron en 2017 regiones como Extremadura (25% del total), Andalucía (17%), Castilla y León (14%) y Castilla-La Mancha (12%). Sin embargo, el censo de ovejas destinadas a la producción de leche lo encabezó Castilla y León, con más del 48% del total.

Respecto al subsector caprino, el censo se empezó a recuperar ya en 2014. En 2016 se produjo un incremento del 10% en el censo general (caprino de leche y caprino de carne) y en 2017 se confirmó esa tendencia y se sobrepasó los 3,08 millones de animales, de los cuales 1,8 millones estaban destinados a la producción de carne y el resto a la de leche. En el censo de caprino para carne destaca Andalucía (34% del total), seguida de Castilla-La Mancha (23%), Extremadura (8%) y Murcia (5%). En el de leche, la primera región por censo es también Andalucía, con el 39%.

En cuanto a la producción de carne, al igual que en el año precedente, en 2017 se registró un ligero retroceso en la producción conjunta de ovino-caprino. Así, se produjeron en total 125.533

A nivel mundial, la producción de carne de vacuno en 2017 descendió un 1% hasta cerca de 65,7 millones de toneladas, según estimaciones.

La exportación mundial de carne de vacuno en 2017 fue de 9.500 millones de toneladas y las importaciones los 7.600 millones de toneladas. Estados Unidos fue el país que más carne importó a nivel mundial, mientras que los países que más exportaron fueron Brasil, India y Australia. ○

toneladas de carne, de las que 114.813 toneladas eran de carne de ovino (por debajo de la producción de 2016) y 10.720 toneladas de caprino (unas 1.000 toneladas más). Asimismo, la producción de carne de cordero fue de las 98.985 toneladas.

El consumo de carne de ovino y caprino en España ha ido disminuyendo desde principios del siglo XXI. En 2016, el consumo per cápita rondaba los 1,6 kilogramos.

### CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas ovejas lecheras)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2016	2017
ANDALUCÍA	2.322	2.215
ARAGÓN	1.736	1.719
ASTURIAS	47,2	46
BALEARES	298,6	289,9
CANARIAS	59	58,7
CANTABRIA	58	63,9
CASTILLA-LA MANCHA	2.296,4	2.300,80
CASTILLA Y LEÓN	3048	3.021
CATALUÑA	533,2	514
COMUNIDAD VALENCIANA	300,6	295,5
EXTREMADURA	3.499,4	3.682,60
GALICIA	172,5	207,1
LA RIOJA	116,2	116,6
MADRID	105,6	100
MURCIA	607	594,2
NAVARRA	508,1	498,2
PAÍS VASCO	253,6	239,3
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>15.962,8</b>	<b>15.963</b>

FUENTE: 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.

#### PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	8.490	9.260	9.311	9.470
UE	697	713	714	726,2
<b>ESPAÑA</b>	<b>112,5</b>	<b>116</b>	<b>117,1</b>	<b>114,8</b>

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

#### CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC AA	EFECTIVOS TOTALES	
	2016	2017
ANDALUCÍA	1.113,7	1.106
ARAGÓN	56,3	55,7
ASTURIAS	31	31
BALEARES	15	14,2
CANARIAS	280,8	263
CANTABRIA	25,4	26
CASTILLA-LA MANCHA	614,8	594
CASTILLA Y LEÓN	152,6	153,8
CATALUÑA	71,5	72,3
COMUNIDAD VALENCIANA	74,9	76,5
EXTREMADURA	298,3	306,5
GALICIA	54,3	56,2
LA RIOJA	14,7	14,2
MADRID	33,6	35,4
MURCIA	209	214,7
NAVARRA	12,9	13
PAÍS VASCO	28,7	27,4
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>3.087,5</b>	<b>3.059</b>

FUENTE: MAPA

#### PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	5.250	5.527	5.622	5.750
UE	47	52	44	45
<b>ESPAÑA</b>	<b>8,5</b>	<b>9,2</b>	<b>9,9</b>	<b>10,7</b>

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

La balanza comercial en el sector del ovino-caprino tuvo un saldo muy positivo en 2017, como es habitual. Las exportaciones de carne y despojos comerciales se elevó a 37.175 toneladas, un 6% más que en el año anterior. De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales. El valor de estas exportaciones ascendió a 154,5 millones de euros, 5 millones por encima del año precedente.

En cuanto a las importaciones, el volumen total (carne y despojos) ascendió a 8.398,7 toneladas, un 9% menos que en 2016. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de la UE. En cuanto al valor de estas compras, éste ascendió a 48,85 millones de euros, 5 millones por debajo del valor de las importaciones del año anterior.

Al margen del comercio de carne, también hay en el sector ovino-caprino intercambios de animales vivos. Los animales exportados sumaron 37.000 toneladas frente a las 35.000 del año 2016, por un valor de 136 millones de euros, por debajo del valor del año 2016.

En cuanto a las importaciones de animales vivos, su volumen fue de 8.400 toneladas (por debajo del año 2016) y su valor de 1.715 millones de euros (por encima del valor del año precedente). ●

#### PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC AA	2016	2017
GALICIA	0,40	0,37
PAÍS VASCO	0,45	0,48
NAVARRA	3,62	3,26
LA RIOJA	3,44	3,63
ARAGÓN	11,67	11,65
CATALUÑA	16,88	16,28
BALEARES	1,80	1,66
CASTILLA y LEÓN	29,17	28,23
MADRID	1,57	1,49
CASTILLA LA MANCHA	16,39	16,08
C. VALENCIANA	9,59	9,08
MURCIA	11,50	11,73
EXTREMADURA	3,71	3,18
ANDALUCÍA	6,60	7,48
CANARIAS	0,11	0,10
OTRAS COMUNIDADES	0,14	0,13
<b>TOTAL</b>	<b>117,10</b>	<b>114,81</b>

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CC AA	2016	2017
GALICIA	0,06	0,06
ASTURIAS	0,02	0,02
NAVARRA	0,03	0,04
LA RIOJA	0,11	0,12
ARAGÓN	0,17	0,20
CATALUÑA	0,65	0,61
BALEARES	0,04	0,03
CASTILLA y LEÓN	0,72	0,92
MADRID	0,26	0,25
CASTILLA LA MANCHA	1,14	1,28
C. VALENCIANA	0,17	0,14
MURCIA	1,08	1,35
EXTREMADURA	0,27	0,21
ANDALUCÍA	3,17	3,51
CANARIAS	2,03	1,89
OTRAS COMUNIDADES	0,02	0,02
<b>TOTAL</b>	<b>9,90</b>	<b>10,70</b>

FUENTE: MAPA

## OVINO Y CAPRINO EN LA UE

El valor generado por el sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea durante 2017, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a cerca de 4.941 millones de euros, un 2,5% menos que en el año anterior. Este subsector representó el 3,1% de la Producción Ganadera final y también el 1,3% de la Producción Agraria final, porcentajes en ambos casos inferiores a los del año 2016 y que confirman una pérdida de peso del subsector en la economía ganadera comunitaria.

El censo total (ovino-caprino) de la UE en 2017 se elevó a 98,6 millones de cabezas, de las que 86,2 millones eran ovejas y 12,3 millones cabras. Tanto en un censo como el otro, las cifras del año 2017 fueron más bajas que las del año 2016.

La primera potencia comunitaria en censo de ovino (incluidos los animales para carne y para producción de leche) es Reino Unido con cerca del 27% del total. Por su lado, el censo de caprino lo lidera Grecia, con un 33%.

España ocupa la segunda posición, tanto en censo de ovino como de caprino, y Francia la tercera. Estos datos incluyen tanto el caprino destinado a la producción de carne, como el de leche, que es mayoritario.

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. El ovino-caprino representó en 2017 el 3,1% de la Producción Ganadera final y cerca de 1,3% de la Producción Final Agraria de la UE, el porcentaje más bajo de todos los subsectores ganaderos. En todo caso, en 2017 la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó las 771.200 toneladas, de las que un 94% correspondieron al ovino.

Por países, el que más aportó a la producción anual de carne de ovino (29% del total) fue Reino Unido, seguido de España (19%), Rumanía (12%), Grecia (9%) y Francia (8%). Por su lado, en la producción de carne de caprino destacó Grecia (35%), España (24%), Rumanía (16%) y Francia (12%).

Actualmente, la UE es claramente deficitaria en carne de ovino-caprino, que importa principalmente desde Australia y Nueva Zelanda. En los últimos años la UE también está exportando animales vivos a países de Oriente Medio y África. ○

## CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2017 el 5,2% de la Producción Final de la rama agraria y el 13,7% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, porcentajes superiores a los del año 2016.

Al igual que sucedió un año antes, la cantidad de carne producida en 2017 aumentó un 1%, al tiempo que los precios subieron un 12,2%, al contrario que en el año anterior cuando bajaron. Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2017 se incrementó un 13% y se situó en 2.534 millones de euros.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) ascendió en 2017 a 1,54 millones de toneladas, frente a los 1,52 millones del año 2016. Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,25 millones de toneladas, por encima del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo con 219.958 toneladas, el mayor volumen de producción de la última década y también un 7% más que lo producido en 2016. Ese año en concreto, la producción de carne de pavo en España creció también

un 20%, lo que da idea del auge que ha adquirido en los últimos años

Por regiones, la mayor producción de carne de aves se concentró en Cataluña (24%), seguida de Andalucía (21%), Comunidad Valenciana (13%) y Galicia (12%).

En España había al acabar 2017 un total de 18.473 explotaciones avícolas (un 5% más que en 2016), de las que 7.543 eran granjas de pollos. El resto de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas, ocas, entre otras aves.

#### PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)

CC.AA.	2016	2017
GALICIA	191,1	197,3
NAVARRA	92,1	94,1
ARAGÓN	1,8	1,9
CATALUÑA	368,9	374,9
BALEARES	0,2	0,2
CASTILLA y LEÓN	118,9	115,7
MADRID	49,3	48,5
CASTILLA LA MANCHA	41,2	48,0
C. VALENCIANA	200,1	187,1
MURCIA	22,7	30,3
EXTREMADURA	75,0	77,3
ANDALUCÍA	324,6	325,9
CANARIAS	11,6	11,7
OTRAS COMUNIDADES	24,3	24,0
<b>TOTAL</b>	<b>1.526,6</b>	<b>1.542,2</b>

FUENTE: MAPA

#### PRODUCCIONES DE CARNE DE AVES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	87.223	103.801	107.143	108.045
UE	13.263	13.787	14.495	14.617
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.437</b>	<b>1.446</b>	<b>1.527</b>	<b>1.542</b>

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

#### PRODUCCIONES DE CARNE DE POLLO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	86.555	88.774	89.189	90.718
UE	11.118	11.047	11.663	11.852
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.209</b>	<b>1.203</b>	<b>1.269,5</b>	<b>1.256,5</b>

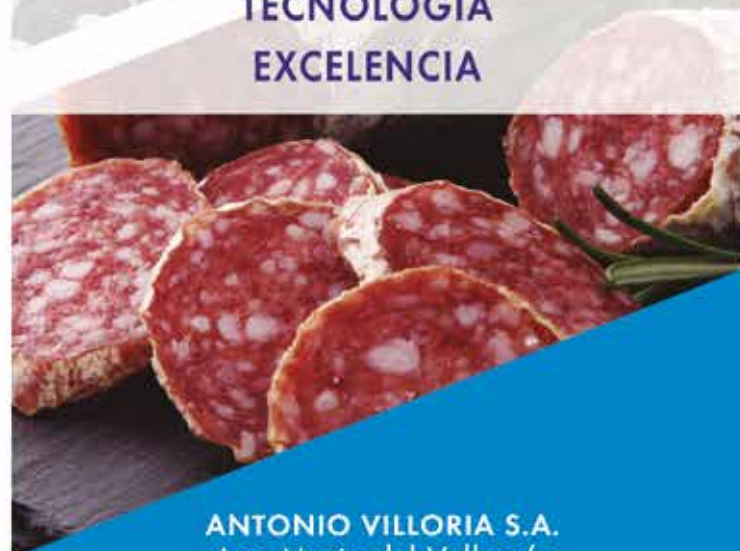
FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat



**PREPARADOS Y  
COADYUVANTES TECNOLÓGICOS  
PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA**



**INNOVACIÓN  
TECNOLOGÍA  
EXCELENCIA**



**ANTONIO VILLORIA S.A.**  
Ana María del Valle s/n  
28500 Arganda del Rey (Madrid)  
Tel.: 918 716 314 - Fax: 918 716 514  
anvisa@anvisa.com  
www.anvisa.com

Estos datos dan una idea clara de la importancia que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español, a pesar de que en 2017 el aumento del número de explotaciones de debió fundamentalmente a que crecieron las dedicadas a la cría de pavos.

Por regiones, el mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encontraban en Andalucía, Galicia y Comunidad Valenciana.

El precio medio del pollo se situó en 165 euros/100 kg, un 3,77% más que en el año anterior, que fue muy malo. Además, los precios medios de los pollos en España estuvieron muy por debajo de la media de la Unión Europea (la misma categoría cotizó a 181 euros/100 kg, tras subir un 1,69%).

Con respecto al comercio exterior, en 2017 se importaron 220.246 toneladas en total (Unión Europea y el resto de países terceros), lo que supuso un incremento del 15,66% respecto al año precedente. Por su parte, se exportaron 153.482 toneladas, un 4% menos. La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea. ●

#### **PAVO Y OTRAS PRODUCCIONES AVÍCOLAS**

En España 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 granjas para la cría de estas aves, para satisfacer la creciente demanda de carne. En 2017, la producción nacional de carne de pavo se elevó a 220.000 toneladas, 33.000 toneladas más que un año antes. Casi 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 producción ganadera. En 2017 la producción total de estas carnes rondó los 1,98 millones de toneladas.

El país con mayor producción de carne de pavo de la UE fue Alemania (466.000 toneladas en 2017), seguido de Francia (330.000 toneladas) y de Italia (309.000 toneladas).

A nivel mundial la producción de carne de pavo ronda los 6 millones de toneladas y el país que más produce es Estados Unidos. Además de las granjas de pavos, y aunque es muy reducida su presencia, existen también explotaciones de cría de avestruces dedicadas tanto a la producción de huevos como de carne.

La producción anual de carne de avestruz no llega a 1.000 toneladas y los elevados precios de mercado de este producto imposibilitan su expansión. ○

#### **AVES EN LA UE Y EN EL MUNDO**

A efectos de calcular la renta agraria de la UE, la Comisión Europea publicó que el valor generado por la producción de carne de aves se elevó de manera considerable respecto al año precedente, hasta 19.858 millones de euros. El sector aportó en 2017 el 12,4% de la Producción Ganadera final, así como también el 5,5% de la Producción Agraria final.

En la Unión Europea, la producción de aves (pollo, pavo, perdiz, etc.) en 2017 se elevó a 14,61 millones de toneladas. Francia y Alemania fueron los dos países con mayor producción indígena bruta de aves.

Por su lado, la producción de carne de pollo ascendió a 11,85 millones de toneladas, un volumen ligeramente superior al del año precedente. La producción de la UE en 2016 supuso el 13% de la producción de carne de pollo a nivel mundial. Igualmente, con respecto a la producción de carne de aves total en la UE, la de pollo representaba el 81% en el año 2017. En cuanto a la producción de pavo, en la UE se produjeron cerca de 1,9 millones de toneladas, frente a los más de 2 millones del año 2016. El país con mayor producción de este tipo de carne fue Alemania (23% del total), seguido por Polonia (16,7%) y Francia (16,6%). Otros países con importantes producciones fueron Italia (15,5%), España (11,1%), Reino Unido (8,4%) y Hungría (3,9%).

Los precios medios del pollo fueron más altos que los pagados en España y también estuvieron por encima del nivel de 2016 (181 €/100 kilogramos para el pollo 65%),

Respecto a la producción mundial de carne de aves en 2017 superó los 108 millones de toneladas, algo más de un 1% respecto a la producción del año precedente.

El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2017 a 90,7 millones de toneladas frente a los 89,2 millones de toneladas del año anterior.

El país que más carne de pollo produjo en 2017 fue Estados Unidos, con un 20,5% del total, seguido de Brasil con un 14,5% y de China con un 13,8%. Por detrás vendría la Unión Europea (13%) y a muy larga distancia, otros países como India (4,7%), Rusia (4,2%), México (3,7%), Argentina (2,3%), Turquía (2,1%), Tailandia (2%) e Indonesia (1,9%). ○



## CARNE DE CONEJO

Al igual que en 2016, el sector de la carne de conejo en 2017 registró malos resultados. A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne se redujo en cantidad un 5,2%, mientras los precios subieron un 6,3%.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2017 el 0,4% y con respecto a la Producción Animal, el 1% (en ambos casos muy por debajo de las cifras del año 2016).

El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 177,2 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos), muy por debajo de los 176 millones del año 2016. Asimismo, el valor generado por el sector de la carne de conejo a efectos de calcular la renta agraria anual fue el más bajo de la década, lo que confirma la difícil situación que atraviesa este subsector ganadero.

La producción de carne estimada fue 56.782 toneladas (un 4,8% por debajo de los datos del año precedente). La región con mayor producción fue Galicia (13.861 toneladas en 2017), seguida muy de cerca por Cataluña (13.686 toneladas).

El número de granjas al acabar el año rondaba las 3.818, de las cuales el 19% estaban en Cataluña, el 17% en Andalucía y el 13,3% en Castilla-La Mancha. Asimismo, el censo español de 2017 (cabezas con estado de alta) rondaba los 5,9 millones de animales, muy por debajo del nivel que había un año antes. Cataluña contaba con el 24% de esos animales y Castilla y León con el 23%.

Por lo que respecta al consumo de carne de conejo, en España lleva estancado muchos años en torno a 1,2 kilos por persona y año, a pesar de las campañas de promoción que se han puesto en marcha tanto desde la Administración como desde el sector. El nivel de autoabastecimiento supera el 114%.

El balance comercial del sector de la carne de conejo siguió teniendo un saldo positivo en 2017 pues las exportaciones superaron a las importaciones con creces. En los últimos años, ante la caída de los precios se redujeron mucho las importaciones, pero en 2016 éstas se recuperaron.

Así, en 2017 se importaron 1.646 toneladas de carne (el triple que un año antes), mientras que también se exportaron 7.057 toneladas de carne, un 2% menos que en el año anterior.

Prácticamente el 98% de las ventas y de la compras de carne de conejo se hacen con los países la Unión Europea. Portugal es el principal destino de nuestras exportaciones (de animales vivos y de carne), así como también el principal proveedor de carne.

Además de comercio de la carne existen también intercambios de animales vivos. Como en el caso de la carne, las exportaciones son muy superiores a las importaciones.

Por otro lado, en la UE la producción se acercó a las 210.000 toneladas, frente a las 216.000 toneladas que se produjeron en 2016. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE y aportó en 2017 el 34%. 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 países que no tienen producción.

El sector de la producción de carne de conejo en la UE representó en 2017 el 1,6% de la Producción Ganadera final, así como también el 0,7% de la Producción Agraria final. El valor generado por este subsector se estimó en 2.545 millones de euros en 2017, cifra por debajo del valor de 2016.

A nivel mundial, la producción de carne de conejo superó en 2017 los 1,35 millones de toneladas, un 5% menos que en el año anterior. ●

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2016	2017
ANDALUCÍA	0,1	0,1
ARAGÓN	5,3	4,1
C. VALENCIANA	2,8	3,0
CANARIAS	0,2	0,2
CASTILLA LA MANCHA	4,3	3,9
CASTILLA y LEÓN	10,0	11,5
CATALUÑA	1,5	13,7
GALICIA	15,0	13,9
MURCIA	0,6	0,6
OTRAS COMUNIDADES	5,1	4,9
<b>TOTAL</b>	<b>59,7</b>	<b>56,7</b>

FUENTE: MAPA

### PRODUCCIONES DE CARNE DE CONEJO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	1.675	1.370	1.428	1.356
UE	251,8	242,6	216	210
<b>ESPAÑA</b>	<b>63,8</b>	<b>63,5</b>	<b>59,7</b>	<b>56,7</b>

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

## CARNE DE EQUINO

En España hay también otras producciones ganaderas minoritarias que tienen cada vez más aceptación entre los consumidores. Una de ellas es la carne de equino, cuya producción se disparó en los años de la crisis económica, cayó en 2013 y 2014, y volvió a recuperarse en 2015 y 2016. Sin embargo, en el año 2017 el sector volvió a perder peso, según los datos del mMinisterio de Agricultura.

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino se redujo en cantidad en 2017 un 15,3%, mientras los precios subieron un 8,8% (más que en el año precedente, en el que también subieron). El valor generado por este subsector se redujo con respecto a un año antes un 8%, hasta los 80 millones de euros (valores a precios básicos).

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2014 el 0,2% (igual que otros años) y con respecto a la Producción Animal, el 0,52%.

Al empezar 2017 había en España unas 187.548 explotaciones equinas (caballos y mulos, para reproducción, cría, etc.), cifra inferior a la del año anterior. Casi 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.

Por su parte, el censo de animales equinos se redujo en 2017 hasta cerca de 572.898 cabezas, de las cuales el 18% estaba en Andalucía.

En 2017 se sacrificaron menos de 44.617 animales (un 17% menos que en 2016) y la producción de carne se situó en cerca de 11.075 toneladas, 2.100 toneladas menos que la producción del año precedente.

## CARACOLES

Aunque no se considera una producción cárnica, existe también en España una producción ganadera que va ganando peso de año en año: la cría de caracoles, denominada helicicultura. Si bien el consumo de caracoles es muy tradicional en ciertas zonas de España, su comercialización regulada no ha sido efectiva hasta fechas muy recientes.

Según varios estudios de mercado, el consumo de caracoles en España ronda los 400 gramos por persona, lo que supondría unos 16 millones de kilos anuales. La región donde más cara-



La región con mayor producción de carne de equino en 2016 fue Navarra, que aportó al total nacional cercad del 25%.

En cuanto al comercio exterior, en 2017 se importaron 555,8 toneladas de carne y despojos de animales de la especie caballara (un 65% más que en el año anterior) y se exportaron 8.728 toneladas (un 4% menos).

Además de la carne, también se importaron animales vivos de esta especie. Tanto en lo que respecta a las importaciones, como en las exportaciones, la mayor parte de los intercambios se realizaron con países de la UE, entre los que destacaron Portugal, Alemania y Francia.

La carne de equino en la Unión Europea generó en 2017 un valor de 1.026 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria anual. Este valor fue superior en 28 millones de euros al generado por el sector en 2016.

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 0,28%. ●

coles 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. ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector cárnico español tiene una gran importancia, ya que aparece como el cuarto motor industrial de la economía de nuestro país, superado tan solo de la industria automovilística, el petróleo y combustibles y la energía eléctrica. La cifra de negocio del conjunto del sector durante el pasado ejercicio se situó en torno a los 22.170 millones de euros, lo que representa algo más del 21,6% de todo el sector alimentario. Esta cifra supone el 2,1% del PIB español, el 13,1% del PIB de la rama industrial y casi el 4% de la facturación total de toda la industria de nuestro país. Se trata de un sector compuesto por unas 3.000 empresas distribuidas por todas las regiones, con preferencia en las zonas rurales. Aunque existe una base formada por un gran número de pequeñas y medianas empresas, los procesos de concentración han sido muy importantes en los últimos tiempos, provocando la aparición de algunos grandes grupos que tienden a controlar buena parte de los eslabones de las cadenas alimentarias y que se basan en unas fuertes estrategias de internacionalización. La principal empresa del sector cárnico tiene una plantilla de casi 6.800 trabajadores y una facturación anual de más de 1.941 millones de euros. La segunda genera 3.840 puestos de trabajo directos y registra unas ventas de 1.543 millones de euros, la tercera, con 4.150 trabajadores, llega hasta los 1.041 millones de euros, la cuarta (3.200 trabajadores) ronda los 950 millones de euros y la quinta (1.650

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CÁRNICOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Campofrío Food Group, S.A. - Grupo *	1.941,46
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (Bonàrea Corp.) *	1.543,00
Elpozo Alimentación, S.A. *	1.041,00
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	950,00
Casa Tarradellas, S.A. *	870,00
Jorge, S.L. - Grupo *	823,29
Frescos y Elaborados Delisano, SA.	540,00
Industrias Cárnicas Loriente Piqueras, S.A. (Incarlopsa) *	530,00
Coop. Ganadera del Valle de los Pedroches - Covap *	413,00
Frigoríficos Costa Brava, S.A.	370,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA Y CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. *	1.543,00
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	950,00
Grupo Sada P.A., S.A. - Grupo *	415,00
Uve, S.A. - Grupo *	365,00
Procavi, S.L.	258,00
Grupo Padesa - Grupo	250,00
Avinatur Producciones Avícolas, S.L.	154,03
An Avícola Melida, S.L.	144,94
José Baringo, S.L. *	98,00
Aragonesa de Piensos, S.A. (Arpisa) *	95,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

trabajadores) y alcanza los 870 millones de euros. Entre 210 y 540 millones de euros de facturación anual aparecen otros catorce operadores, mientras que entre 100 y 200 millones de euros se encuentran registrados otros diecisiete. La penetración de capitales internacionales no resulta todavía muy significativa en este sector.

El conjunto de las industrias cárnicas españolas genera unos 84.000 puestos de trabajo directos, en torno al 23,5% de la ocupación total de la industria alimentaria española. En Castilla y León se encuentra radicado el mayor número de mataderos, mientras que Cataluña ocupa ese lugar en el caso de las salas y almacenes de despiece. También es en esa comunidad autónoma donde está en actividad la mayor parte de las industrias cárnicas (20% del total). A continuación aparecen Andalucía (14,5%), Castilla y León (14,2%), Comunidad Valenciana (10%), Castilla-La Mancha (6%), Madrid (5,6%), Galicia (4,7%), Extremadura (4,2%), Aragón (3,4%) y País Vasco (3,3%). ○



SOMOS  
RED  
WE ARE  
NET

# MERCASA



mercasturias



mercaBilbao



Mercairuña



mercamadrid



mercaPalma

mercamadrid



mercamadrid

mercamadrid

mercamadrid

mercamadrid



[mercasa.es](http://mercasa.es)





# Mercasa Red de Mercas

¿Quieres comprar o  
vender carnes en la  
Red de Mercas?

Habla con nosotros

Somos la mayor red  
de mercados mayoristas  
del mundo

[mercasa.es](http://mercasa.es)



## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un requisito básico para la supervivencia del sector cárnico español, ya que su producción es muy superior a la capacidad de absorción del mercado interno. De hecho, la tasa de cobertura se sitúa en un 494%. Desde hace ya bastante tiempo la internacionalización del sector cárnico de nuestro país es una realidad consolidada que tiende a crecer de año en año. El pasado ejercicio marcó un nuevo récord en el comercio exterior cárnico, al superarse por primera vez los 6.000 millones de euros vendidos fuera de nuestras fronteras, con un volumen total comercializado de 2,3 millones de toneladas de carnes, despojos y productos elaborados. Estas cifras representan unos incrementos interanuales del 9,4% en valor y del 2,5% en volumen, lo que indica que tienden a exportarse productos de mayor valor añadido y a un

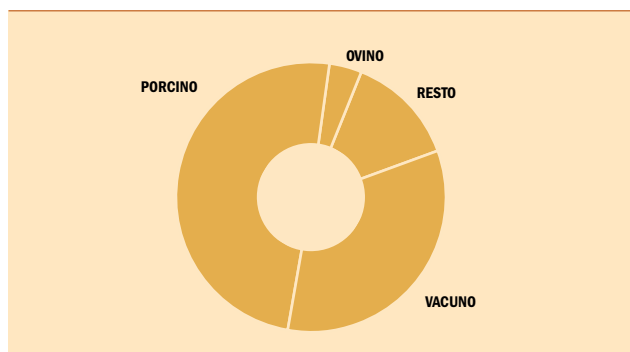
precio más elevado. La balanza comercial cárnica resulta muy positiva para España, con el 494%. España es el cuarto exportador mundial de porcino, por detrás de Alemania, Estados Unidos y Dinamarca. Durante el pasado ejercicio se registraron unos incrementos interanuales del 4,4% en volumen y del 12,5% en valor. También tuvieron un muy buen comportamiento las exportaciones de elaborados cárnicos, con crecimientos del 8,3% en volumen y del 10,1% en valor. Por último, entre las carnes de vacuno y despojos, el balance fue también positivo, con unos aumentos del 1,4% en volumen y del 5,3% en valor. La mayor parte de las exportaciones se dirigen hacia otros países de la Unión Europea, pero en los últimos tiempos se ha dado un impulso importante a las exportaciones dirigidas hacia terceros países, como Argelia, Hong Kong y Marruecos. ○

## DISTRIBUCIÓN MAYORISTA. MATADEROS Y MERCADOS DE CARNES EN LA RED DE MERCAS

Durante los últimos años está cobrando una importancia creciente la actividad en la Red de Mercas de los mataderos, con los que cuentan Mercabarna, Mercamurcia, Mercavalencia y Mercazaragoza, los Mercados de Carnes ubicados en

### COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2017)

<b>Vacuno</b>	<b>33%</b>
<b>Porcino</b>	<b>49%</b>
<b>Ovino</b>	<b>4%</b>
<b>Resto</b>	<b>13%</b>
Avícola	40%
Carne congelada	50%
Casquería y otros	10%



FUENTE: Mercasa.

### VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS 2017

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalicante	1.055	4,1
Mercabadajoz	968	8,8
Mercabarna	37.723	171,0
Mercacórdoba	323	1,2
Mercajerez	2.379	9,0
Mercalaspalmas	5.427	20,3
Mercaleón	5.447	20,4
Mercamadrid	415.107	1.645,1
Mercamálaga	35.010	130,1
Mercamurcia	15.787	46,8
Mercapalma	16.051	59,8
Mercasevilla	39.638	147,3
Mercavalencia	68.933	136,4
Mercazaragoza	48.283	149,6
<b>Total Red</b>	<b>692.131</b>	<b>2.549,9</b>

FUENTE: Mercasa

Mercamadrid y Mercalaspalmas y las industrias cárnicas en las Zonas de Actividades Complementarias que hay en todos los Mercas. El valor de la comercialización de carnes en las Mercas ascendió en 2017 a unos 2.550 millones de euros y el volumen comercializado fue de unas 692.000 toneladas. ○

**CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS**

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 2.170,7 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 14.209,3 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 47,6 kilos de consumo y 311,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la carne fresca (34,9 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (13 kilos per

cápita) y al cerdo (10,2 kilos por persona). En términos de gasto, la carne fresca concentra el 66,7% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (59,9 euros per cápita) y de pollo (53,5 euros).

La carne transformada (11,4 kilos y 98,8 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2017, mientras que la demanda de carne congelada (1,2 kilos y 5,1 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor. ○

**CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2017**

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL CARNE</b>	<b>2.170,7</b>	<b>47,6</b>	<b>14.209,3</b>	<b>311,6</b>
CARNE CERTIFICADA	180,6	4,0	1.858,2	40,7
CARNE FRESCA	1.593,3	34,9	9.471,2	207,7
CARNE VACUNO	236,5	5,2	2.227,0	48,8
CARNE POLLO	592,3	13,0	2.437,8	53,5
CARNE CONEJO	53,0	1,2	299,6	6,6
CARNE OVINO / CAPRINO	68,1	1,5	742,6	16,3
CARNE CERDO	466,4	10,2	2.733,8	59,9
CARNE DESPOJOS	42,2	0,9	199,9	4,4
OTRAS CARNES FRESCA	134,7	3,0	830,6	18,2
CARNE CONGELADA	55,8	1,2	231,4	5,1
CARNE TRANSFORMADA	521,7	11,4	4.506,8	98,8

**DIFERENCIAS EN LA DEMANDA**

En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de carne y productos cárnicos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en aquellos sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de carne es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de carne es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de carne y productos cárnicos, mien-

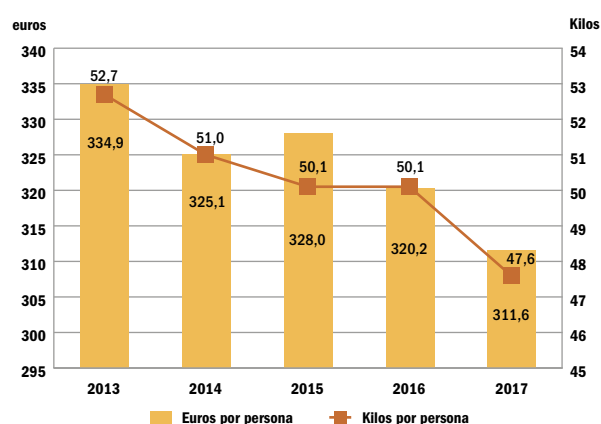
tras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de carne, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio entre los retirados, los adultos independientes, las parejas adultas sin hijos y las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales y en el caso de los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Aragón y Galicia cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Canarias y, sobre todo, a Extremadura. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de carne ha caído 5,1 kilos por persona y el gasto ha descendido 23,3 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2013 (52,9 kilos y 334,9 euros por consumidor).

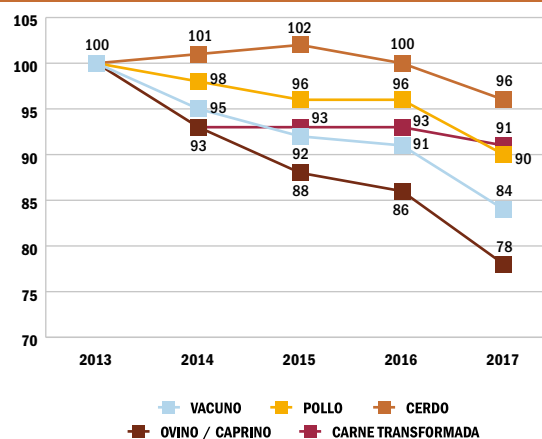
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2013-2017



En la familia de carne y productos cárnicos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de productos. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de carne de cerdo, carne transformada, pollo, vacuno y carne de ovino/caprino sufre un descenso.

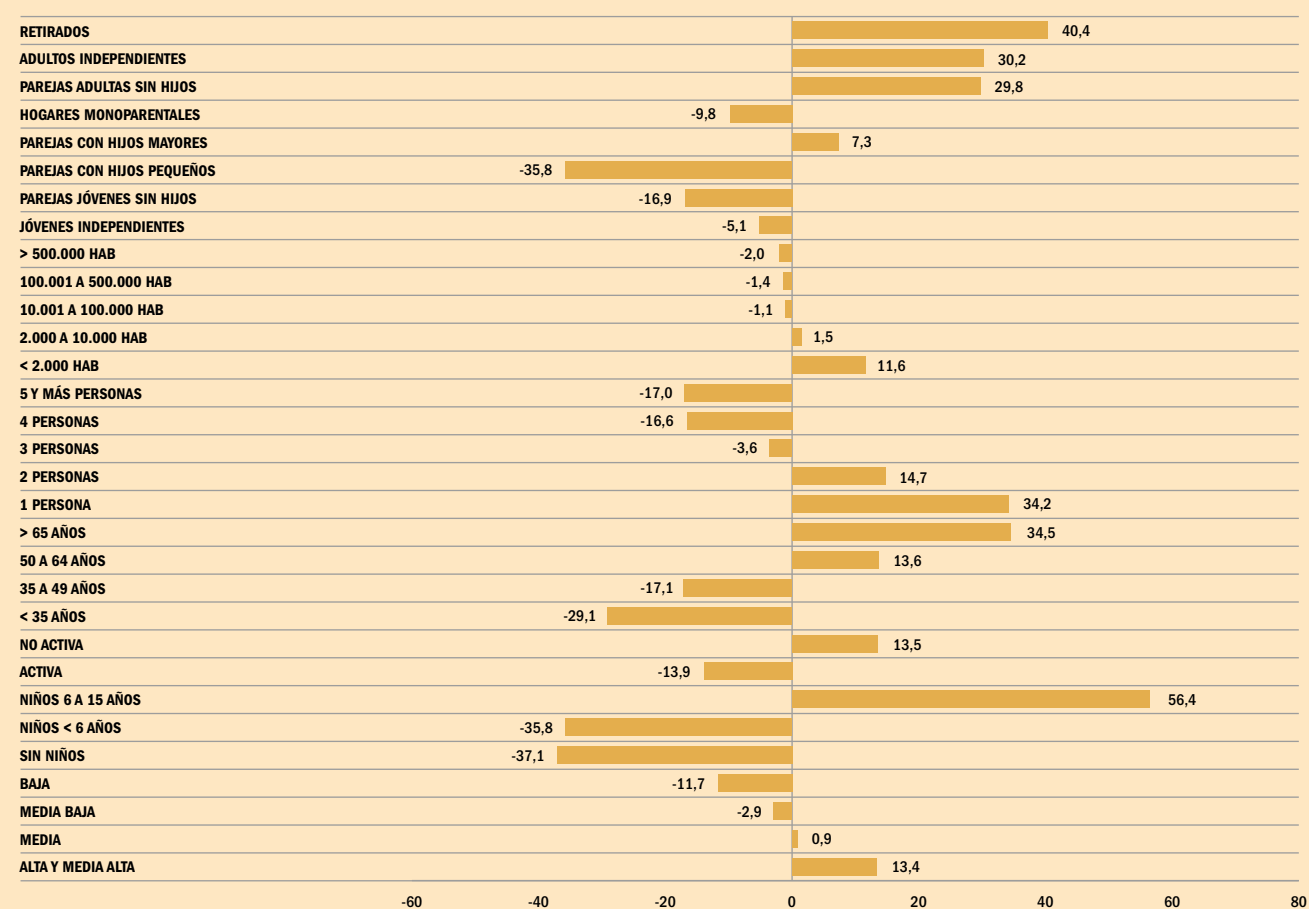


#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS (2013=100), 2013-2017



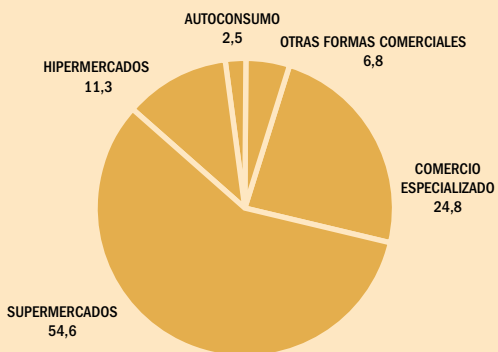


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CARNE EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 47,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto a lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (58% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 23,7% y el hipermercado llega al 11,2%. El autoconsumo de carne y productos cárnicos supone el 2,3% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 4,8% de la cuota de venta global. ○



## ELABORADOS CÁRNICOS

El mercado de elaborados cárnicos continuó creciendo de manera muy importante durante 2017, tanto por el aumento de las demandas nacionales como por el buen comportamiento de las exportaciones. El mercado interior se acercó a las 542.700 toneladas, con un incremento interanual del 2%, mientras que en valor se situó en unos 4.840 millones de euros, lo que supuso un aumento del 3,1%. La principal partida es la del jamón curado, que representa el 20,7% del total en volumen y el 33,3% en valor. A continuación aparecen el jamón york, con cuotas respectivas del 16,2% y del 13,4%, el pavo (13,7% y 11,9%), las salchichas (12,8% y 5,2%), el chorizo (7,8% y 8%), los fiambres (6,8% y 3,9%), el fuet y la longaniza (6,6% y 7,1%), el bacon (4% y 3,5%), el paté y el foie-gras (3,6% y 3,4%), el salchichón (3,2% y 3,5%), el lomo (2% y 4,2%), el pollo (1,2% en volumen y valor), el salami (0,8% y 0,7%) y la sobrasada (0,6% y 0,5%). Por su importancia, destacan los incrementos interanuales en las ventas de jamón curado (4% en volumen y 2,9% en valor). También son destacados los crecimientos del lomo (12,4% en volumen y 12,8% en valor) y del pollo (9,7% y 9,9%). Las principales caídas se registraron en el paté y foie-gras (-3,3% en volumen, aunque en valor creció un 0,9%) y de la sobrasada (-1,9% y -1,1%). En el caso del jamón york, las ventas en volumen se redujeron un modesto 0,4%, pero su valor creció en un 1,1%. El pavo y las salchichas mostraron un buen comportamiento, ya que sus ventas crecieron en torno al 2,4% y 2,3% en volumen y en valor lo hicieron en un 2,1% en el primer caso y un 2,9% en el segundo. Los fuet, salchichones y longanizas tuvieron también cuotas de crecimiento importantes, entre el 3% y el 4%. ●

***El sector español de las empresas productoras y comercializadoras de elaborados cárnicos ocupa la cuarta posición en importancia dentro de la Unión Europea, superado tan sólo por Alemania, Italia y Francia***



### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*El sector español de las empresas productoras y comercializadoras de elaborados cárnicos ocupa la cuarta posición en importancia dentro de la Unión Europea, superado tan sólo por Alemania, Italia y Francia. Aunque la base de su estructura productiva está compuesta por muchos pequeños operadores que tienen cifras de producción muy modestas, existen algunos grandes grupos con procesos productivos muy avanzados y una vocación exportadora muy fuerte. Los tres líderes sectoriales controlan alrededor de una tercera parte de todo este mercado, aunque en los últimos tiempos están creciendo otros operadores que comienzan a disputarles su situación de privilegio.*

*La principal empresa del sector alcanza una producción de 145.000 toneladas de elaborados cárnicos, mientras que la segunda llega hasta las 123.000 toneladas, la tercera ronda las 112.000 toneladas, la cuarta se sitúa en torno a las 75.000 toneladas y la quinta supera las 70.500 toneladas. Con cifras de producción entre las 10.000 y las 60.000 toneladas anuales aparecen otros doce fabricantes. Aunque todavía la penetración de capitales internacionales no es tan importante como en otros sectores, comienza a ser muy perceptible entre los operadores más importantes. La innovación y la presentación de productos más saludables constituyen las dos grandes estrategias de las principales empresas del sector para arañar cuotas de mercado. Las inversiones para mejorar y modernizar las instalaciones productivas son constantes y muy importantes. Las marcas de distribución han perdido importancia en este mercado por segundo año consecutivo, controlando en la actualidad el 43,1% de todas las ventas en volumen (-0,7%), mientras que la primera oferta marquista llegó hasta el 12,1% y la segunda alcanzó el 10,5%. ○*

## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de elaborados cárnicos es claramente favorable para nuestro país, ya que durante 2017 las exportaciones se situaron en torno a las 151.860 toneladas, mientras que las importaciones superaron ligeramente las 58.310 toneladas. En el caso de las exportaciones se registró un incremento interanual del 5,7%, mientras que las importaciones cayeron un ligero 0,6%.

La principal partida exportada en volumen es la constituida por embutidos y pancetas curados, con el 42,5% del total. A continuación aparecen los jamones y paletas curados (30,3%), los otros cocidos (12,6%), fiambres cocidos (9,2%), jamones y paletas cocidos (4,9%) y patés (0,4%). Entre las exportaciones tiene una importancia clave las ventas de jamones y embutidos curados, con un incremento interanual del 11,2%. En peso, estas dos partidas acaparan el 73% del total exportado. La líder en este comercio internacional vende el 40% de su producción fuera de nuestras fronteras y desde 2009 ha incrementado sus exportaciones en un 320%, llegando en la actualidad hasta los 113 millones de euros. Aunque las exportaciones se dirigen preferentemente hacia otros países de la Unión Europea (Francia, Alemania y Reino Unido), se considera que son los mercados americanos los que tienen un mayor potencial de crecimiento (México y Estados Unidos básicamente, seguidos por Chile, Brasil, Cuba y República Dominicana), seguidos por Asia (China y Japón en especial).

Dentro de las importaciones, los fiambres cocidos ocupan el primer lugar, con una cuota del 50% del total, seguidos por los jamones y paletas cocidos (18,8%), otros cocidos (12,3%), embutidos y pancetas curados (10,6%), jamones y paletas curados (4,1%) y patés (4%). En este caso, nuestros principales proveedores son en todos los casos otros países de la Unión Europea, entre los que destaca Italia, seguida por Alemania, Portugal, Francia, Dinamarca, Rumania, Reino Unido, Bélgica y Holanda. ○



## JAMÓN CURADO

El mercado de jamón blanco curado creció durante 2017 entre un 4% y un 7%, impulsado por la escasez de jamón ibérico y su imagen de producto saludable. El exceso de disponibilidad afectó a los precios, que cayeron en torno al 0,6%. Este descenso contrasta con el incremento del precio medio del pernil en sangre, alrededor de un 6,9%, llegando a los 2,49 euros/kilo. Estos datos contrastan con los registrados entre los jamones ibéricos, cuyos precios aumentaron en un importante 9,3% durante el pasado ejercicio, mientras que su consumo se redujo en un 1,4%.

En el libreservicio se vendieron 55.126 toneladas de jamones y paletas blancos, a las que hay que añadir algo menos de 8.720 toneladas de jamones y paletas ibéricos. Estas cifras representan un incremento interanual del 7,1% en el primer caso y un descenso del 4,5% en el segundo. Dentro del primer grupo, las piezas de jamón blanco acapararon el 46,3% del total comercializado en volumen, seguidas por los jamones loncheados (30,1%), otros cortes de jamón (13,2%), las paletas loncheadas (5,8%), las paletas en piezas (4,4%) y otros cortes de paletas (0,2%). En el caso de los jamones ibéricos, las piezas enteras de jamón son las más vendidas (50,7%). A continuación aparecen las piezas de paleta (30%), los loncheados de jamón ibérico (14,5%), los loncheados de paleta (8,8%), otros cortes de paleta (2,2%) y otros cortes de jamón (0,8%). Durante los últimos años han sido los loncheados los que han registrado unas mayores tasas de crecimiento. También se detecta un fuerte impulso en las ventas de las ofertas de jamones blancos de mayor calidad y valor añadido. ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Aunque el sector español de las empresas productoras y comercializadoras de jamones curados está compuesto por un gran número de modestos operadores, durante los últimos tiempos se ha registrado una imparable tendencia hacia la concentración que ha provocado la aparición de algunos grupos de grandes dimensiones que tienen sus principales fortalezas en el comercio exterior y en el abastecimiento a las grandes cadenas de distribución. Dos grandes empresas dominan con claridad el sector, con cifras de producción de 30.115 toneladas y 26.440 toneladas respectivamente. Durante el último

*ejercicio, la comercialización conjunta de estos dos grupos aumentó un 18% con respecto al año anterior. El tercer operador llega hasta las 17.500 toneladas y es un grupo líder en todo el sector cárnico, el cuarto ronda las 16.000 toneladas y el quinto se acerca a las 13.660 toneladas. Entre los fabricantes de jamón loncheado, el líder produce unas 12.000 toneladas, el segundo se si-*

*túa en 9.900 toneladas y el tercero alcanza las 7.500 toneladas. Las buenas perspectivas de este mercado han provocado un aumento de las inversiones para ampliar las infraestructuras productivas. Las marcas de distribución acaparan el 47,6% de todas las ventas en volumen y el 48,7% en valor, mientras que la primera oferta marquista llega hasta el 16,4% y el 10,1%. ○*

## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de jamones y paletas curados es abrumadoramente favorable para nuestro país, ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones. Durante 2017 se exportaron más de 45.990 toneladas de jamones, mientras que las importaciones apenas llegaron a las 398 toneladas. La principal partida exportada fue la de jamón curado deshuesado, con cerca de 35.590 toneladas, seguida a mucha distancia por los jamones curados con hueso (9.950 toneladas) y las paletas curadas con hueso, con algo menos de 480 toneladas. El incremento interanual de las exportaciones fue de un 11,7%. En el caso de las importaciones, los jamones deshuesados acaparan el 80% de todas las ventas, mientras que algo menos del 20% correspondió a los jamones con hueso. El pequeño

porcentaje restante correspondió a las paletas con hueso. La práctica totalidad de estas importaciones es de origen italiano. Las importaciones crecieron un 10,2% durante el último año, aunque con un volumen de ventas todavía muy modesto. El sector jamonero español está mostrando una gran preocupación por la producción en Estados Unidos de jamones que pretenden competir con los ibéricos.

El principal mercado de destino de las exportaciones españolas de jamones es Francia, con el 25% del total. A continuación aparecen Alemania (24,3%), Portugal (9,1%), Italia (8,1%), Reino Unido (3,5%), Bélgica (2,9%), Holanda (2,8%), México (2,7%), Dinamarca (2%), Andorra y Estados Unidos (1,5% en cada caso), Australia (1,4%), Suecia (1,3%) y Chile (1,2%). ○

## PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE

El mercado español de casquería se mantiene alrededor de las 110.000 toneladas anuales. En torno al 60% de esa oferta está compuesta por las menudencias elaboradas, seguidas por las menudencias de cerdo (25%), las menudencias de ternera (15%) y las menudencias de cordero (5%). En España ha habido una gran tradición de consumo de productos de casquería, siendo los más populares los callos, el hígado, los riñones, la lengua, el corazón y las carrilleras. La demanda se redujo de una forma drástica hace unos años, debido fundamentalmente a los efectos de la crisis de las vacas locas, pero se ha recuperado durante los últimos años. Algunas campañas de promoción, los buenos precios de estas ofertas y la llegada de grandes grupos de migrantes en cuyas culturas gastronómicas los productos de casquería aparecen como alimentos muy apreciados, han revertido la situación existente. Se con-

sidera que actualmente el mercado ronda los 1.250 millones de euros anuales.

Aunque hay algunas empresas con volúmenes de producción considerable, la mayoría de los operadores del sector son de tamaño mediano o pequeño. Se considera que se encuentran en actividad unas 400 empresas y alrededor de 15.000 puntos de venta de productos de casquería. En Cataluña se registran los mayores de consumos de productos de casquería y derivados de la carne de toda España (26% del total), seguida por el País Vasco (17%) y Madrid (13%). Las exportaciones de productos de casquería han crecido de manera muy importante. Una de las empresas líderes del sector declara que sus ofertas se venden en los mercados de Francia, Gran Bretaña, Italia, Europa del Este, Polonia, Rusia, Argelia, Costa de Marfil, Ghana, el Líbano y China. ●



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/◊  
 CORDERO SEGREÑO \*\*/◊

## 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 SEGREÑO \*\*/◊  
 CORDERO MANCHEGO ◊

## CASTILLA Y LEÓN

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/◊  
 CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA ◊  
 LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN ◊  
 TERNERA DE ALISTE

DENOMINACIONES DE CALIDAD  
 MARCA DE GARANTÍA

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA  
 PALENTINA  
 COCHINILLO DE SEGOVIA  
 TERNERA CHARRA

## CATALUÑA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT ◊  
 (POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)  
 VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS ◊  
 (TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)  
 GALL DEL PENEDÉS ◊

## MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

CAPÓN  
 CERDO  
 CONEJO  
 CORDERO  
 POLLO  
 TERNERA

## COMUNIDAD VALENCIANA

## MARCAS DE CALIDAD

CARNE DE CORDERO GUIRRO  
 CARNE DE CONEJO



## EXTREMADURA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA DE EXTREMADURA ◊  
 CARNE DE ÁVILA \*\*/◊  
 CORDERO DE EXTREMADURA

## GALICIA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CAPÓN DE VILALBA  
 TERNERA GALLEGA ◊  
 VACA Y BUEY DE GALICIA\*\*\*\*

## LA RIOJA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/◊

## MARCAS COLECTIVAS

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA.  
 TERNOJA

## MADRID

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA ◊

## NAVARRA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CORDERO DE NAVARRA ◊  
 TERNERA DE NAVARRA ◊

## PAÍS VASCO

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EUSKAL OKELA  
 (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ◊

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD  
 ALIMENTARIA)

EUSKAL ESNE BILDOTSA  
 (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)  
 EUSKAL OKELA  
 (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) ◊  
 EUSKAL BASERRIKO OILASKOA  
 (POLLO DE CASERÍO VASCO)  
 EUSKAL BASERRIKO TXERKIA  
 (CERDO DE CASERÍO)

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC AA

◊ Inscrita en el Registro de la UE

\*\*\*\*Protección Nacional Transitoria

### Capón de Vilalba<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción se extiende por algunas provincias de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, Madrid y Valencia. La zona de elaboración se concentra en Castilla y León y Madrid, con una fuerte expansión hacia zonas del País Vasco, el Mediterráneo y la costa andaluza.

**CARACTERÍSTICAS:** Se amparan las carnes de terneras, añojos y novillos de la raza Avileña Negra Ibérica. Los animales de esta raza, por su constitución, tienen gran adaptabilidad al clima y una enorme facilidad para caminar, cualidad indispensable para los desplazamientos trashumantes por accidentadas orografías y para la búsqueda de su alimentación en régimen extensivo en sierras y dehesas.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritas 609 ganaderías, con 30.847 reproductoras, 211 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 5.033 animales y se comercializan 1,5 millones de kilos de carne.

### Carne de Cantabria<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción, crianza y engorde del ganado destinado a la producción de carne apta para ser protegida por la IGP comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

**CARACTERÍSTICAS:** El ganado vacuno de las razas agrupadas en el tronco cántabro bóvido castaño cóncavo (Tudanca, Monchina y Asturiana), Pardo Alpina, integrada por absorción, y la Limusina, adaptada al medio, así como sus cruces, es apto para suministrar carne protegida. Los animales deben estar mamando de sus madres un mínimo de tres meses, en la fase de desarrollo por destete deberán consumir al menos el 50% de sus necesidades alimenticias en forma de forrajes producidos en Cantabria. Se establecen cuatro tipos de animales aptos para ser sacrificados: Ternera, Añojo, Novilla y Buey.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se han inscrito, 381 explotaciones ganaderas, 13.891 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.347, también están inscritos 4 cebaderos, 4 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 344.973 kilos de media al año.

### Carne de la Sierra de Guadarrama<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Ampara la producción de carne de añojo y ternera procedente de vacas de la Sierra de Guadarrama (Madrid), repartida en las siguientes zonas de producción: Lozoya, Somosierra, Guadarrama, Colmenar Viejo/Campiña, San Martín de Valdeiglesias o Suroccidental.

**CARACTERÍSTICAS:** Se protegen las carnes de añojo de razas Avileña, Limusín, Charolés y sus cruces con la estirpe autóctona Serrana. Los terneros deben ser destetados con un mínimo de 5 meses, destinados al sacrificio con un máximo de 16 meses y con un peso en canal de 175 a 375 kilos para las hembras y de 225 a 375 para los machos. El período mínimo de acabado en cebo intensivo es de 3 meses.

**DATOS BÁSICOS:** Hay inscritas 228 explotaciones ganaderas con 6.000 animales, 4 mataderos y 8 salas de despiece. Son 160 los establecimientos autorizados a comercializar 1,7 millones de kilos de este tipo de carne anualmente.

## Cordero de Extremadura

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y sacrificio coincide con la Comunidad Autónoma de Extremadura, región vinculada a la ganadería ovina y concretamente a la raza Merina.

**CARACTERÍSTICAS:** Los corderos destinados a certificación tienen un sistema de cría, manejo y alimentación tradicional de la zona y típico del ecosistema de la dehesa extremeña, todo ello controlado y trazado por su Consejo Regulador (trazabilidad). Los corderos se alimentan a base de leche materna en régimen extensivo hasta llegar a un peso aproximado de 15 kilos, posteriormente son alimentados con concentrados autorizados hasta que alcanzan el peso óptimo, siempre siendo su edad de sacrificio menor de 100 días. Los pesos de las canales van de 9 a 16 kilos. La carne se caracteriza por tener un color rosado y un moderado nivel de infiltración de grasa. La grasa es de color blanco y consistencia firme y le proporciona a la carne una textura, ternera y jugosidad características muy agradables al paladar.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo están inscritas 425 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 326.894 ovejas reproductoras. Existen 6 centros de acabado, 4 mataderos y 4 empresas de comercialización, que certifican una media anual de 946.425 kilos de carne de cordero con IGP de un total aproximado de 75.667 corderos sacrificados.



## Carne de Vacuno del País Vasco<sup>o</sup> (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 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 ternera a la carne.

**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 ternera a la carne.

**DATOS BÁSICOS:** En la IGP se comercializaron una media anual de unos 18.105 corderos certificados.

## Cordero de Navarra <sup>◊</sup> (Nafarroako Arkumea)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida acoge a los corderos procedentes de las razas Navarra y Lacha en pureza, comercializados como carne fresca. La zona de producción abarca toda la superficie de Navarra.

**CARACTERÍSTICAS:** Los corderos amparados por la IGP procederán de ovejas que realizan su ciclo productivo en régimen

extensivo o semiextensivo. Se distinguen dos categorías: el cordero Lechal y el Ternasco. En el sacrificio las canales alcanzan un peso de 9 a 12 kilos. El color de la carne es rosa pálido y la carne es tierna, con inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular, gran jugosidad, textura suave y sabor característico.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas 237 explotaciones ganaderas. Se sacrifican 49.270 cabezas de ganado y se comercializan 397.621 kilos de carne con IGP.

## Cordero Manchego <sup>◊</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La IGP ampara la producción de carne de cordero en la región natural de La Mancha, en 400 municipios, con una superficie de unos 34.000 km<sup>2</sup> 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 387 ganaderías de cría, con un total de 296.379 ovejas, 7 explotaciones de cebo, 4 centros de sacrificio, 9 operadores comerciales y 1 sala de despiece. En 2017 se comercializaron 30.211 canales de cordero Manchego, lo que supone un peso de 383.680 Kg.

## Gall del Penedés <sup>◊</sup>

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 Està 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 Penedés 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 succulentos.

**DATOS BÁSICOS:** En el consejo regulador están inscritas 5 explotaciones que sacrifican más de 7.000 animales con destino amparado por la IGP.

## Lechazo de Castilla y León <sup>◊</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de ovino cuyas canales se consideran aptas comprende 2 comarcas de Ávila, 8 de Burgos, 6 de León, 4 de Palencia, 6 de Salamanca, 3 de Segovia, 5 de Soria, 4 de Valladolid y 5 de Zamora.

**CARACTERÍSTICAS:** El tipo de ganado procede exclusivamente de las razas Churra, Castellana y Ojalada y sus cruces. La IGP ampara a los corderos machos y hembras. El peso vivo al sacrificio en el matadero puede oscilar entre los 9 y los 12 kilos, la edad máxima de sacrificio está fijada en 35 días y la alimentación de los lechazos ha de ser en su totalidad con leche materna. El peso canal puede oscilar entre los 4,5 y los 8 kilos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 422 ganaderías, 20 mataderos y 52 operadores comerciales. La comercialización anual de carne protegida por la Indicación Geográfica Protegida asciende a unos 726.000 kilos.



## Pollastre i Capó del Prat<sup>o</sup> (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.

La zona geográfica protegida abarca los municipios 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 Asturiana<sup>o</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, crianza y engorde del ganado amparado por la IGP abarca todo el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias.

**CARACTERÍSTICAS:** Los animales utilizados para la producción de la carne protegida por esta IGP serán de las razas Asturiana de los Valles,

Asturiana de la Montaña y sus cruces entre sí; serán igualmente admitidos cruzamientos entre machos puros de esas dos razas con hembras procedentes genéticamente de las razas autóctonas asturianas. El amamantamiento de los terneros es obligatorio en los cinco primeros meses, el resto del período alimentario es a base de pastos y concentrados aprobados por el Consejo Regulador. La edad máxima de sacrificio es de un año para los animales de la categoría comercial Ternera y de 18 meses para el Añojo.

**DATOS BÁSICOS:** En el CR figuran inscritas 5.721 explotaciones, 84.517 vacas madre, 9 mataderos, 14 salas de despiece y 270 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 6,5 millones de kilos.

## Ternasco de Aragón<sup>o</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La producción, sacrificio y faenado del Ternasco de Aragón se distribuye a lo largo de toda la comunidad autónoma. El clima es mediterráneo con matices continentales en la depresión central y húmedo en los Pirineos y la cordillera Ibérica.

**CARACTERÍSTICAS:** El ganado procede de las razas Rasa Aragonesa, Ojinegra de Teruel y Roya Bilbilitana. El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida controla las distintas fases de la producción. Al final del proceso el peso en canal de las piezas oscila entre 8 y 12,5 kilos. La carne es de color rosado, jugosa, grasa blanca, consistente y firme.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene inscritas 929 explotaciones. El número de ovejas asciende a 478.487 y el número de corderos sacrificados anualmente en los cuatro mataderos autorizados es de 204.508, que totalizan 2.258.000 kilos de carne comercializados con el marchamo Ternasco de Aragón.

## Ternera de Extremadura<sup>o</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y transformación de la IGP se localiza en las 22 comarcas agrarias de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

**CARACTERÍSTICAS:** El ganado procede de las razas autóctonas Retinta, Avileña Negra Ibérica, Morucha, Blanca Cacereña, Berrendas en Negro y Colorado y sus cruces, criadas en régimen extensivo de producción. La alimentación se basa en pastos de la dehesa u otros pastos naturales. Los terneros permanecen lactando junto a sus madres un mínimo de cinco meses. Las carnes de ternera son de color rosa brillante, con grasa de color blanco. La carne de añojo es de un color entre rojo claro y rojo púrpura, con grasa blanca también, y la carne de novillo es de color rojo cereza, con grasa de color crema.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo están inscritas 370 ganaderías con un censo de 34.000 vacas madres, 140 cebaderos y 7 industrias, que producen una media de 1,7 millones de kilos de carne al año.

## Ternera Gallega<sup>o</sup>

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 ternera y jugosidad.

**DATOS BÁSICOS:** Están registrados más de 7.708 ganaderos, 446 cebaderos y se identifican más de 126.000 terneros. Hay inscritas 102 industrias cárnicas (mataderos y salas de despiece). En 2016 se certificaron 93.835 canales, comercializándose más de 20 millones de kilos de carne.



## Vedella dels Pirineus Catalans<sup>o</sup> (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.

## Ternera de Navarra<sup>o</sup>

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.

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

GUIJUELO \*\*

JAMÓN DE JABUGO \*\*/◊

LOS PEDROCHES ◊

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

JAMÓN DE TREVÉLEZ ◊

JAMÓN DE SERÓN \*

## ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO \*\*

## ARAGÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL ◊

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO \*\*/◊

## CASTILLA - LA MANCHA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO \*\*/◊

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ◊

## CASTILLA Y LEÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO \*\*/◊

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ◊

## CATALUÑA

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ◊

## COMUNIDAD VALENCIANA

## MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

JAMÓN CURADO

## EXTREMADURA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

DEHESA DE EXTREMADURA ◊

GUIJUELO \*\*/◊

JABUGO \*\*/◊

## LA RIOJA

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ◊

## MURCIA

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ◊



\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC AA

◊ Inscrita en el Registro de la UE

## Dehesa de Extremadura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca las dehesas arboladas a base de encinas y alcornoques situadas en las provincias de

Badajoz y Cáceres, mientras que la elaboración y maduración de jamones y paletas está delimitada por las comarcas de sierras del sudoeste de Badajoz, Ibor-Villuercas, Cáceres-Gredos Sur, Sierra de Montánchez y Sierra de San Pedro.

**CARACTERÍSTICAS:** Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura o cruzados con Duroc-Jersey con al menos el 75% de sangre ibérica. El proceso de secado y maduración se prolonga entre 18 y 36 meses. Según la procedencia de la alimentación del ganado, los jamones y paletas se clasifican como Bellota, Recebo y Cebo de Campo.

**DATOS BÁSICOS:** Están registradas 2.100 explotaciones de cerdos de cebo y 120 empresas elaboradoras. La producción anual es de 80.000 jamones y 145.000 paletas certificadas con la DOP. La calidad de nuestro producto está avalada por un control estricto por parte de los servicios técnicos veterinarios, desde que el cerdo nace hasta el etiquetado final del jamón o paleta y su posterior salida al mercado.

## Guijuelo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración de paletas y jamones curados abarca 77 municipios del sudeste de Salamanca, con Guijuelo como principal centro productor.

Como zona de producción de ganado porcino registrado se incluyen diversas comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía.

**CARACTERÍSTICAS:** El ganado es mayoritariamente de la raza Porcina Ibérica, aunque se admiten cruces con Duroc-Jersey. Los cerdos se alimentan de bellotas dentro de las dehesas. Los jamones y paletas se someten a un proceso de curación en secaderos naturales y en bodegas durante un período mínimo de 2 años. Según la alimentación del cerdo, los jamones se clasifican como Ibérico de Bellota o Ibérico.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 406 explotaciones de cerdos de cebo, más de 25.656 cerdas reproductoras y 56 empresas elaboradoras. Anualmente se comercializan 250.000 jamones y 200.000 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, 26.753 cerdos identificados, 71.201 piezas precintadas en matadero, 68.703 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 las razas Landrace, large-White y Duroc-Jersey o sus cruces. El jamón se elabora con pernil de cerdo blanco de macho castrado y hembra de la máxima calidad, sal (sin conservantes ni aditivos) y curado de forma natural y bajo métodos tradicionales. El proceso de secado y curado se prolonga por un período que va desde los 14 meses, período a partir del cual el jamón desarrolla todos los aromas y el sabor, hasta los 24 meses de curación.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 7 empresas elaboradoras y comercializadoras con una producción anual aproximada de 140.000 jamones con I.G.P. Jamón de Trevélez.



## Jamón Serrano<sup>o</sup>

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<sup>o</sup>



DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción para la cría y engorde de los cerdos protegidos por la Denominación de Origen Protegida

Los Pedroches comprende las dehesas arboladas de 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, al norte de la provincia de Córdoba.

**CARACTERÍSTICAS:** Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura, o cruzados con Duroc, Duroc-Jersey y Largue-Black, pero siempre con al menos un 75% de sangre ibérica. Los productos se distinguen según se haya realizado la alimentación del cerdo en montanera o recebo. Los jamones y paletas de cerdos criados en montanera llevan un precinto de color negro y la inscripción "Bellota de Los Pedroches"; los engordados mediante recebo tienen un precinto rojo y la etiqueta "Los Pedroches".

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas 151 explotaciones ganaderas que suman unos 7.400 cerdos y 520 reproductoras. Hay 15 industrias adscritas a la Denominación de Origen Protegida que comercializan una media de 17.000 jamones y paletas con DOP.





## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

### ARAGÓN

#### MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

CECINA  
 CHORIZO  
 CONSERVA DE CERDO EN ACEITE  
 LOMO EMBUCHADO  
 LONGANIZA DE ARAGÓN  
 MORCILLA DE ARAGÓN  
 PALETA CURADA

### ASTURIAS

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHOSCO DE TINEO <sup>o</sup>

### BALEARES

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBRASSADA DE MALLORCA <sup>o</sup>

### CANTABRIA

#### MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

### CASTILLA Y LEÓN

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

BOTILLO DEL BIERZO <sup>o</sup>  
 CECINA DE LEÓN <sup>o</sup>  
 CHORIZO DE CANTIMPALOS

#### MARCAS DE GARANTÍA

CECINA DE VILLARRAMIEL  
 CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA  
 CHORIZO ZAMORANO  
 CHORIZO DE LEÓN  
 IBÉRICOS DE SALAMANCA  
 FARINATO DE CIUDAD RODRIGO  
 TORREZNO DE SORIA



### CATALUÑA

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

LLONGANISSA DE VIC <sup>o</sup> (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 <sup>o</sup>

### LA RIOJA

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHORIZO RIOJANO <sup>o</sup>

#### REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

\* Denominación en tramitación  
<sup>o</sup> 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 305.752 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 agrídulce con un suave toque ahumado. Los choscós 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 Carbo-nero 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 641.603 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<sup>®</sup>

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.

## Llonganissa de Vic<sup>®</sup>

(Salchichón de Vic)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de los cerdos aptos para la elaboración de este embutido incluye toda la comarca de Osona, mientras que la zona de elaboración reconocida se extiende a toda la Plana de Vic, en Barcelona.

**CARACTERÍSTICAS:** El ganado para la producción de carnes destinadas a la elaboración de Llonganissa de Vic procede de las razas Landrace, Duroc, Large White o del cruce entre ellas. Los cerdos deben ser castrados antes del comienzo de su engorde y sacrificados con 8 meses de vida como mínimo, con pesos medios que oscilen entre 115 y 130 kilos. La Llonganissa de Vic se elabora utilizando como base la carne de cerdo. Posteriormente se embute en tripa natural y madura durante un plazo mínimo de 45 días.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 8 empresas elaboradoras, que comercializan anualmente más de 600.000 piezas de Salchichón de Vic, cuyo peso aproximado es de 200.000 kilos. Más del 90% se destina al mercado interior.

## Sobrassada de Mallorca<sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción y elaboración de la IGP comprende todas las comarcas de la isla de Mallorca, en el archipiélago balear.

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utilizan carnes picadas (magro y tocino) de cerdo blanco o negro que se aderezan

con pimentón, sal y especias. Atendiendo a la raza del cerdo, se distinguen dos tipos de sobrassada: Sobrassada de Mallorca, que se comercializa en piezas o en tarrinas, y Sobrassada de Mallorca de Cerdo Negro, elaborada a partir de una raza autóctona mallorquina, que se comercializa en piezas de 500 gramos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se hallan registradas 21 industrias elaboradoras de Sobrassada de Mallorca y 14 de Sobrassada de Mallorca de Cerdo Negro. La producción de Sobrassada de Mallorca protegida es de 2,3 millones de kilos anuales, mientras que la de Sobrassada de Mallorca de Cerdo Negro asciende a más de 140.645 kilos.



## HUEVOS

España ocupa el cuarto puesto dentro de la Unión Europea en el ranking de países productores de huevos, por detrás de Italia, Alemania y Francia.

La producción de huevos en España representó en 2017 el 7% de la Producción Final Ganadera y el 2,7% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente, según datos del ministerio de Agricultura.

En 2017, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.326,7 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra superior en un 48,6% a la del año anterior (en 2016 se produjo un descenso importante). Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos aumentó en cantidad un 20,2% en 2017, mientras que los precios crecieron un 23,6%. El número de explotaciones avícolas al acabar el año se elevaba hasta las 18.473, un 5,68% más que en 2016, y en esta cifra están incluidas las granjas de perdices, patos, ocas, pintadas, codornices, pavos y faisanes.

De esta cifra total, 7.543 eran explotaciones de la especie Gallus (tanto de puesta como de carne) y de esa cifra, al acabar el año había registradas 1.681 explotaciones de aves de puesta, lo que suponía un incremento del 2% respecto a la cifra del año 2016. ●

### CRECE LA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

El censo de gallinas ponedoras en 2017 aumentó un 7,15% en 2017, hasta llegar 46,7 millones de animales. De este censo total, las gallinas que se crían en sistemas alternativos han aumentado sensiblemente, pasando en sólo un año de representar el 7% del total del censo, al 12,2%.

Como ya sucediera en el año anterior, la comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras al comenzar 2017 fue

Castilla-La Mancha, con el 26% del total. Le siguieron Castilla y León (17%), Aragón (11%) y Cataluña (11%).

En cuanto a los sistemas de producción, aunque las jaulas siguen siendo el sistema más extendido, es de destacar que en 2017 se produjo un gran avance de la producción ecológica, que se alcanzó por la caída de las producciones huevos de otros sistemas alternativos (camperas y en suelo).

Las producciones de huevos alternativas supusieron en 2017 el 12% del total, un porcentaje muy por debajo de la media de la Unión Europea.

Por su lado, la producción de huevos puestos por estas gallinas superó los 1.168 millones de docenas, un 6,3% más que en el año anterior, según los datos del ministerio de Agricultura. En el año 2016, el crecimiento de la producción de huevos en España fue mucho más bajo. ○

### COMERCIO EXTERIOR

En los últimos años, la balanza comercial del sector de los huevos ha tenido un saldo positivo ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones.

Sin embargo, en 2017 descendieron tanto las importaciones como las exportaciones. Según datos de la Dirección General de Aduanas, las importaciones totales (a países de la UE y extracomunitarias) sumaron 143.689 toneladas (equivalente a huevo cáscara), lo que supuso un descenso general del 14%. De esta cifra total, 121.138 toneladas correspondieron a compras en países de la UE y el resto al comercio con países terceros.

Respecto a las exportaciones, en 2017 España vendió en total 49.628 toneladas, un 1,2% menos que en la campaña anterior. De la cifra total, 48.951 toneladas fueron exportaciones a la UE.

El país que recibió la mayor parte de los huevos españoles exportados fue Francia, seguida de Italia y Países Bajos. Fuera de la Unión Europea, los países que más huevos compraron fueron Israel y Mauritania.

Después de muchos altibajos a lo largo del año, en 2017 también se produjo una subida de los precios de los huevos debido a diferentes situaciones que provocaron un desabastecimiento a nivel comunitario.

Según los datos del MAPA, el precio medio fue de 114,31 €/100 kilogramos, un 38,29% más que en el año anterior (en el que los precios de mercado bajaron considerablemente). ○

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)

	2015	2016	2017
HUEVOS DE GALLINA	807	814	779
OTROS HUEVOS	4	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>811</b>	<b>832</b>	<b>803</b>

FUENTE: MAPA

## PRODUCCIÓN DE HUEVOS EN LA UE

En la UE, el valor de la producción de huevos en 2017 registró una moderada caída (cerca del 1%). La producción de huevos, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, supuso cerca del 2,6% de la Producción Final Agraria y el 6% de la Producción Final Ganadera, porcentajes ambos superiores a los del año 2016.

Según datos de la Comisión Europea, se estima que el valor de la producción de huevos rondó los 9.650 millones de euros, un 18% más que el valor del año 2016.

En los 28 Estados Miembros, la producción de huevos en 2017 se elevó hasta los 7,4 millones de toneladas (incluidos no sólo los huevos para consumo, sino también para

### PRODUCCIONES DE HUEVOS EN LA UE (Miles de toneladas)

PAÍS	2015	2016	2017
ALEMANIA	870	880	897
AUSTRIA	104	115,2	120,6
BÉLGICA/LUXEMBURGO	143	200	200
BULGARIA	94	94	94
CHIPRE	7	10,1	10
CROACIA	35	35,1	41
DINAMARCA	69	65,7	67,8
ESLOVAQUIA	64	71	71
ESLOVENIA	20	20,4	20,5
<b>ESPAÑA</b>	<b>807</b>	<b>814</b>	<b>779</b>
ESTONIA	9,8	9,8	9,8
FINLANDIA	64	71,5	72
FRANCIA	960	956	995
GRECIA	100	128	128
HOLANDA	645	715	668
HUNGRÍA	130	147,3	148
IRLANDA	41	45	46
ITALIA	830	840	832
LETONIA	41	42	42,2
LITUANIA	53	51,7	54
POLONIA	527	603,5	610
PORTUGAL	108	134	135
REINO UNIDO	750	780,8	800,2
REPÚBLICA CHECA	132	161,2	161,5
RUMANIA	335	360	320
SUECIA	108	134	134
<b>TOTALES</b>	<b>7.047</b>	<b>7.509</b>	<b>7.433</b>

FUENTES: EUROSTAT y MAPA

### EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE GALLINAS PONEDORAS Y DE LA PUESTA MEDIA POR GALLINA EN ESPAÑA

AÑO	NÚMERO DE GALLINAS EN PUESTA (Miles de unidades)	HUEVOS PUESTOS AL AÑO (Miles docenas)	HUEVOS PUESTOS AL AÑO POR GALLINA (Unidades)
2014	39.182	1.041.522	318
2015	41.266	1.065.205	309
2016	43.612	1.098.619	302
2017	46.733	1.168.323	301

FUENTE: MAPA

### PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	69.791	71.945	73.890	73.615
UE-28	7.350	7.047	7.509	7.433
<b>ESPAÑA</b>	<b>798</b>	<b>807</b>	<b>814</b>	<b>779</b>

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

incubar), un 1% menos que en el año anterior, en el que por otro lado la producción aumentó ligeramente.

Asimismo, el censo de gallinas ponedora de la UE rondaba los 397 millones de aves, una cifra superior en un 2,44% a la del año precedente. Del censo total de la UE, un 47% eran gallinas fuera de jaulas (sistemas alternativos de producción). Además de España, cuya producción representaba en 2017 el 10,3% de la producción total comunitaria (un punto porcentual menos que en las mismas fechas de 2016), destacaron por su producción Francia (13,4%), Alemania (12%), Italia (10,9%). Reino Unido (10,3%), Holanda (9,2%), Polonia (8,2%) y Rumania (4,3%).

En 2017 el saldo de la balanza comercial de la UE en el sector del huevo fue positiva, a pesar de la caída de las exportaciones. Sin incluir los huevos para incubar, se exportaron a países terceros un total de 296.925 toneladas de huevos equivalente huevo coeficiente GATT (un 12% menos que en 2016) y se importaron algo más de 21.720 toneladas (un 1% menos).

El país que más huevos importó en 2017 fue Dinamarca y el que más exportó Holanda (29% del total), seguida de Francia (17%). Por países, las importaciones de huevos de la UE procedieron en 2017 de Estados Unidos (40%), Argentina (24%), India (18%) y Albania (1%). Por su lado, desde la UE se exportaron huevos principalmente a Japón (34%), Suiza (16%) y Rusia (5,6%).

En cuanto a los precios de los huevos, al igual que en España se produjo una subida importante en la UE. La cotización media de los huevos L/M se situó en 137,19 €/100 kilogramos. ○



## PONEDORAS SELECTAS

En España, la gran mayoría de los huevos que se comercializan proceden de gallinas ponedoras, aunque hay también un pequeño porcentaje de la producción nacional que procede de otro tipo de aves de puesta (pava, pata, oca y avestruz).

Las gallinas ponedoras selectas (el 88% del censo total de gallinas) suelen explotarse en granjas industriales mediante regímenes intensivos, que a veces no requieren superficie agraria o necesitan muy poca.

Las gallinas camperas (el 5% del total de gallinas) tienen menos limitaciones de espacio y su alimentación no es tan intensiva como las de las baterías industriales, aunque complementan la comida que encuentran en el campo con granos y eventualmente otros piensos que les suministra el avicultor. En los últimos años las gallinas camperas, cuya producción individual viene a ser el 62% de una gallina en régimen

intensivo, están obteniendo bastante aceptación entre los consumidores.

En el año 2017, un 1% del censo total de gallinas ponedoras (331.505 cabezas) se destinaban a producir huevos ecológicos y un 6% del censo ponían sus huevos en el suelo, según datos del MAPA.

Una gallina de raza selecta pone al cabo del año más de cuatro veces su propio peso en huevos, por lo que puede ser considerada como una máquina para producir proteínas, lípidos e hidratos de carbono.

La producción intensiva de huevos se concentra en Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón y Cataluña, mientras que la producción de huevos de gallinas camperas está fuertemente asentada en Galicia, Castilla y León y Andalucía. Asimismo, la producción de huevos de pavas predomina en Andalucía y en Galicia y la de huevos de pata en Galicia, Cantabria y Extremadura. ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En la base del sector del huevo en nuestro país, se encuentran en actividad unas 1.190 granjas registradas, a las que hay que añadir unos 860 centros de embalaje de huevos y 31 industrias de fabricación de ovoproductos. La mayoría de las granjas españolas está unida a un centro de embalaje que recoge, clasifica, envasa los huevos y realiza su distribución en las cadenas alimentarias. De esta manera, los huevos llegan desde su puesta hasta el consumidor entre uno y tres días de media. El 92,9% de todas las gallinas españolas dedicadas a la producción de huevos se aloja en jaulas acondicionadas, y las granjas registradas para producir en este sistema son 525 (el 44% del total de nuestro país). Aparte de éstas, hay otras 322 granjas de gallinas camperas (27% del total de explotaciones), donde vive el 4% del censo total de ponedoras. Les siguen en importancia las 201 granjas con gallinas en suelo, que suponen el 16,8% del total, con un censo del 2,4% y las granjas en producción ecológica (145 explotaciones, lo que supone el 12,2% del total), con un censo muy reducido, ya que apenas representa el 0,2% del total. Las principales regiones productoras son Castilla-La Mancha y Castilla y León, con porcentajes respectivos del 27% y el 18% del censo de ponedoras respectivamente. A continuación aparecen Aragón, Cataluña y la Comuni-

dad Valenciana. La principal empresa del sector registra unas ventas de más de 1.540 millones de euros, aunque no únicamente vinculados a la comercialización de huevos, mientras que la segunda llega hasta los 172 millones de euros y la tercera se queda en 63 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes y representan algo menos del 50% de todas las ventas en volumen, aunque su importancia tiende a disminuir. ○

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. *	1.543,00
Huevos Guillen, S.L. - Grupo	172,00
Dagu, S.A.	63,00
Camar Agroalimentaria, S.L. - Grupo	55,63
Marcopolo Comercio, S.L.	48,01
Granja San Miguel, S.A.T.	45,00
Granja Virgen del Rosario, S.L.	45,00
Avícola Moraleja, S.A. *	40,00
Interovo Avícola Huesca, S.L.	26,65
Interovo Ibérica, S.L.	24,35

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## COMERCIO EXTERIOR

En términos generales, la Unión Europea es autosuficiente en producción de huevos y aparece como uno de los principales proveedores del mercado mundial, junto con Estados Unidos, Turquía y Malasia. El 4,3 % de la producción comunitaria de huevos se exportó a países terceros, con China, Singapur, Japón y Suiza como principales mercados de destino.

Las exportaciones españolas de huevos representan entre el 15 % y el 20% de toda la producción, lo que supu-



so durante el último ejercicio computado unas 106.000 toneladas de huevos y ovoproductos, de las que 74.453 toneladas estaban compuestas por huevos de consumo. El valor de estas exportaciones ronda los 74 millones de euros, de los que algo menos del 57% corresponde a las ventas realizadas al mercado europeo. Francia, Países Bajos, Italia y Portugal aparecen como los principales clientes de estas ventas en el exterior. De todas maneras, durante los últimos años han crecido las exportaciones hacia países terceros, entre los que destacan Israel, Mauritania, Estados Unidos y Hong Kong. Las garantías del Modelo Europeo de producción, la situación sanitaria en España y la competitividad han sido unos factores muy importantes para impulsar este crecimiento.

Las importaciones son mucho menos importantes. Portugal aparece como nuestro principal proveedor, debido a que un buen número granjas españolas se han radicado recientemente en ese país. ○

## OVOPRODUCTOS

Quando se habla de ovoproductos se está haciendo referencia a toda una serie de presentaciones obtenidas a partir del huevo, de sus diferentes componentes o sus mezclas, una vez quitadas la cáscara y las membranas y que están destinadas al consumo humano. Se utilizan en la industria alimentaria (de repostería, salsas o platos preparados, por ejemplo) y también en los comedores colectivos



en sustitución del huevo en cáscara. Su consumo doméstico es cada vez más importante.

Las industrias dedicadas en nuestro país a la producción de estas ofertas son 31. Entre ellas hay algunas filiales de compañías multinacionales y algunos de los grandes operadores españoles del sector de los huevos. El grupo más importante registra una producción de unas 35.000 toneladas anuales, mientras que otros dos rondan las 25.000 toneladas. La capacidad productiva de todo este sector se sitúa por encima de las 160.000 toneladas anuales, con una facturación conjunta superior a los 20 millones de euros. La producción alcanzada durante el último ejercicio computado superó las 120.000 toneladas de ovoproductos, a las que hay que añadir otras 6.000 toneladas de huevos cocidos, en polvo y otros. Se estima que un 20% de la producción total de huevos acaba siendo transformado en ovoproductos.

Algo más del 13% de las exportaciones españolas dentro del sector de huevos que se dirigen hacia otros países de la UE está formado por yemas, un 12% de huevos enteros y un 5,9% de ovoalbúminas. ○

## CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron un total de 6.104,7 millones de unidades de huevos y gastaron 837,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a unas 133,9 unidades de consumo y 18,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 131 unidades por persona y año), de los que 15,7 unidades fueron huevos ecológicos, mientras que el consumo de huevos de otras aves fue de tan solo 3,3 unidades por persona al año. En términos de gasto, los huevos de gallina concentran el 98,4% del gasto, con un total de 18,1 euros por persona, y dentro de ellos los huevos de gallina ecológicos alcanzan 3,3 euros. Por su parte, los huevos de otras aves presentan un pequeño porcentaje del 3,2% y un total de 20 céntimos de euros por persona al año. ○



## CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	PER CÁPITA (unidades)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL HUEVOS</b>	<b>6.104,7</b>	<b>133,9</b>	<b>837,3</b>	<b>18,4</b>
HUEVOS GALLINA	5.957,5	130,6	826,2	18,1
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	716,3	15,7	151,3	3,3
HUEVOS OTRAS AVES	147,2	3,2	11,1	0,2

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS

### ARAGÓN

#### MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

#### HUEVOS

### MADRID

#### ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

#### HUEVOS DE MADRID

### PAÍS VASCO

#### EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

#### EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)



### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de huevos durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de huevos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de huevos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de huevos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de huevos, mientras que los índices son

más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

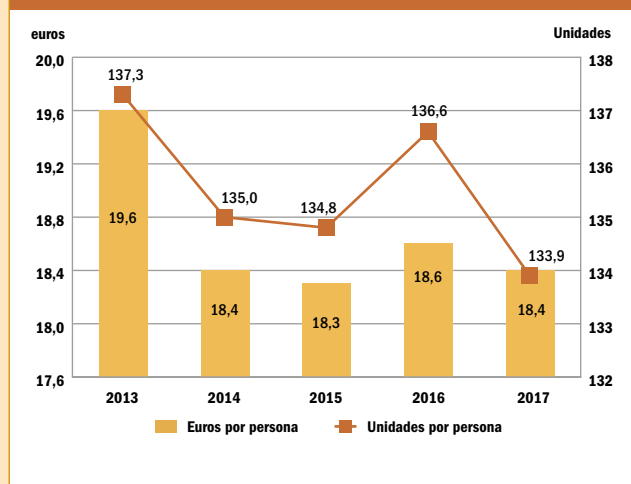
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de huevos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, País Vasco y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Extremadura y Andalucía. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

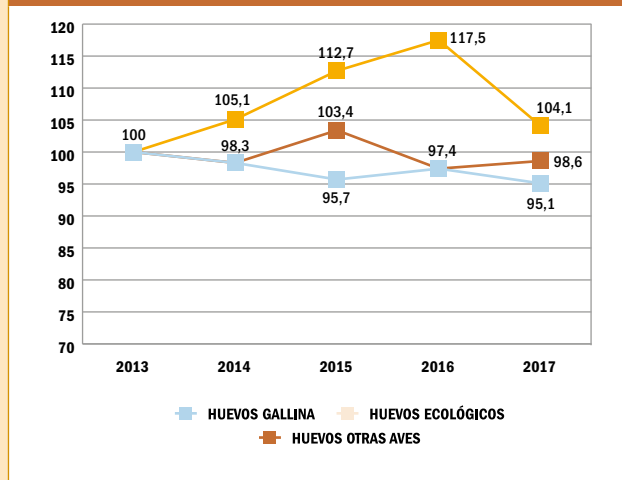
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos ha descendido 3,4 unidades por persona y el gasto ha caído en 1,2 euros por consumidor. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2013 (137 unidades y 19,6 euros por consumidor).

En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de huevos de gallina ecológicos aumenta, mientras que en el caso de huevos de otras aves y en los huevos de gallina se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HUEVOS, 2013-2017

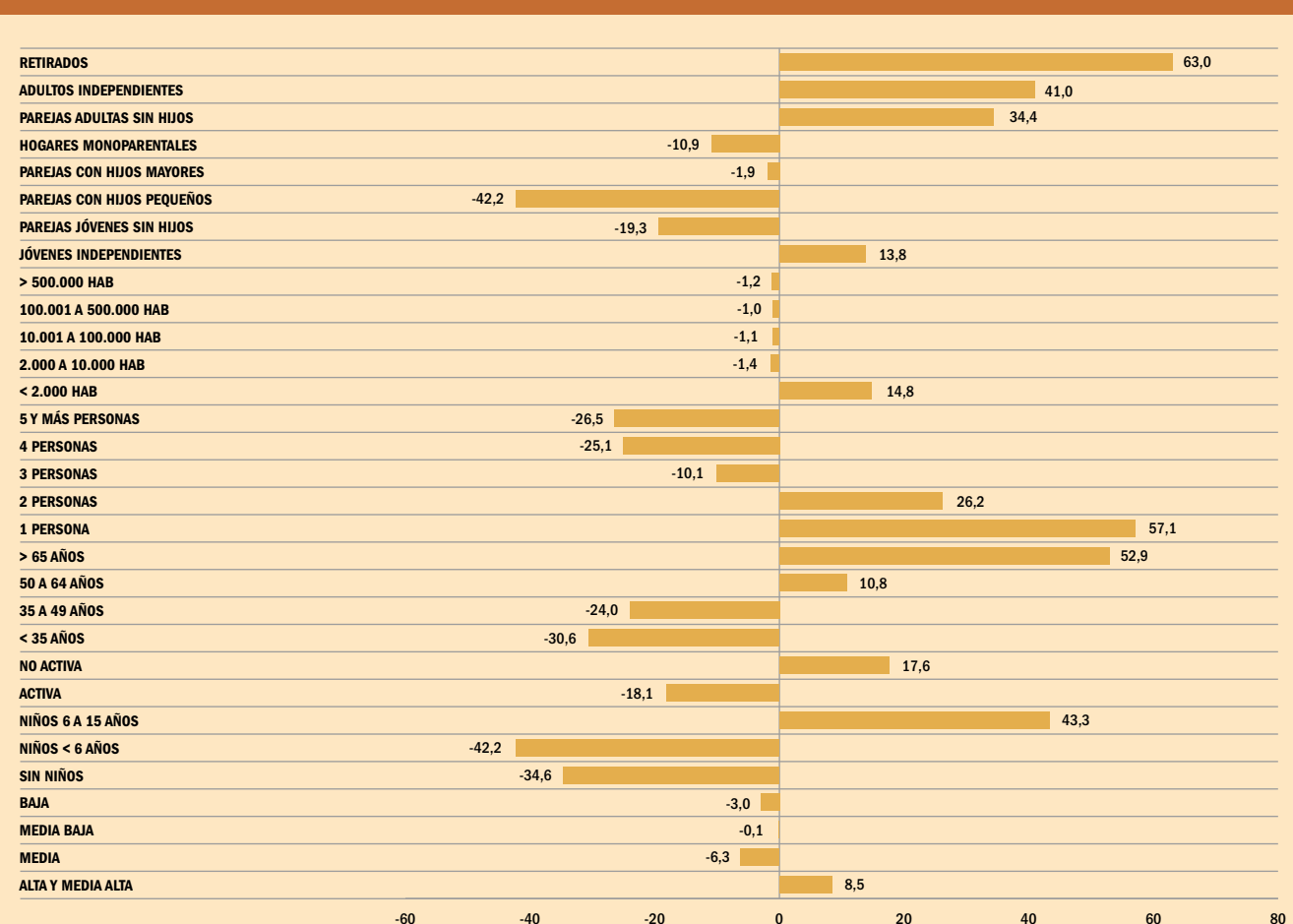


EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HUEVOS (2013=100), 2013-2017



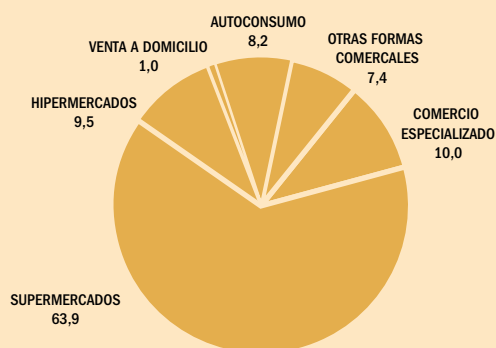


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HUEVOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 134 huevos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (63,9% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 10%, el hipermercado representa el 9,5%, y el autoconsumo el 8,2%. La venta a domicilio supone el 1%, y las otras formas comerciales concentran un 7,4% de la cuota de venta global. ○



## PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

La producción mundial de captura de peces, crustáceos, moluscos y otros animales acuáticos se sitúa en torno a los 93 millones de toneladas, de las que unos 11,5 millones de toneladas corresponden a la pesca continental y los restantes 81,5 millones de toneladas a la pesca marina. La principal potencia pesquera de capturas marinas es China, con unos 14,8 millones de toneladas. A continuación aparecen Indonesia (6 millones de toneladas), Estados Unidos (con algo menos de 5 millones de toneladas), Rusia (4 millones de toneladas) y Japón (3,6 millones de toneladas). España aparece en el decimoctavo lugar mundial, con algo más de 1,1 millones de toneladas de capturas. Dentro de Europa, únicamente Noruega presenta un nivel superior de capturas pesqueras, con 2,3 millones de toneladas. En la Unión Europea aparecen por debajo de España Reino Unido y Dinamarca, con unas producciones respectivas en torno a las 745.000 toneladas. Los 25 primeros productores de pesca de captura acaparan el

82,1% de toda la producción mundial. El 31,4% de las poblaciones de peces registran un nivel de explotación no sostenible, con niveles excesivos de capturas.

Las producciones acuícolas han crecido extraordinariamente durante los últimos tiempos y rondan los 101 millones de toneladas, de los que unos 73,8 millones de toneladas corresponden a peces y los restantes 27,3 millones de toneladas a plantas acuáticas. La acuicultura continental acapara el 63,8% del total producido, mientras que el restante 36,2% corresponde a la acuicultura marina. De nuevo China aparece como la primera productora acuícola a nivel mundial, con 45,5 millones de toneladas de peces y 13,3 millones de toneladas de plantas acuáticas. La producción acuícola está concentrada mayoritariamente en Asia, ya que los países que aparecen a continuación de China en las estadísticas de la FAO son Indonesia, India, Vietnam y Filipinas. Los 25 primeros productores de acuicultura acaparan el 97,1% de toda la producción mundial. En el séptimo lugar mundial aparece Noruega (1,3 millones de toneladas), mientras que España, la principal productora acuícola de la Unión Europea, se sitúa en el vigesimosegundo puesto a nivel mundial, con una producción que ronda las 287.500 toneladas. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*En el mundo hay alrededor de 4,6 millones de embarcaciones pesqueras, de las que el 75,1% se encuentra en Asia, el 14,7% en África, el 6% en América Latina y el Caribe, el 2,1% en Europa, el 1,9% en América del Norte y el 0,2% restante en Oceanía. El 64% de las embarcaciones pesqueras está provisto de motor. Dentro de éstas, el 85% está compuesto por pequeñas embarcaciones de menos de 12 metros de eslora. Los grandes barcos de pesca de más de 24 metros de eslora son apenas unos 64.000. Se considera que 56,6 millones de personas trabajan en el sector primario de la pesca de captura y la acuicultura, de los que sólo el 36% lo hace a tiempo completo. De nuevo, es Asia el continente donde más personas se dedican a las actividades pesqueras, con el 84% del total. El sector pesquero español tiene un gran peso y posee la flota más importante de toda la Unión Europea en términos de capacidad, con el 23,6% del total, y ocupa el tercer lugar de la flota comunitaria en número de barcos, después de Grecia e Italia, con el 11% del total. La flota pesquera española*

*está compuesta por alrededor de 9.300 buques, mientras que la europea se compone de 83.780 embarcaciones. En nuestro país se genera el 22% del empleo pesquero europeo. España, Italia, Grecia y Portugal concentran el 70% de todo el empleo pesquero de la Unión Europea.*

*CEPESCA, la Confederación Española de Pesca, es la organización empresarial pesquera más importante de toda Europa y una de las más representativas del mundo, ya que aglutina a 38 asociaciones de armadores de pesca, 810 empresas pesqueras, 869 buques, con un arqueo conjunto de más de 312.870 GT, 10.000 trabajadores (tripulantes), 1.000 millones de euros de volumen de negocio y acapara el 50 % de las capturas a nivel nacional. En términos porcentuales, 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. La renta generada por el sector pesquero en su conjunto llega hasta unos 1.236 millones de euros. ○*

## COMERCIO EXTERIOR

El comercio internacional de productos pesqueros tiene una gran importancia. Se estima que las exportaciones pesqueras rondan a nivel mundial los 148.150 millones de UDS, mientras que las importaciones se sitúan ligeramente por encima de los 140.610 millones de USD. China es la principal exportadora de productos pesqueros, con una facturación de 20.980 millones de USD, seguida por Noruega, Vietnam, Tailandia, Estados Unidos, Chile, India, Dinamarca, Holanda y Canadá. Entre estos diez países acaparan el 52,5% de todas las importaciones de productos pesqueros. El principal importador, por su parte, es Estados Unidos (20.320 millones de USD). A continuación aparecen Japón, China, España, Francia, Alemania, Italia, Suecia, Reino Unido y Corea del Sur. Estos diez mercados representan el 59,3% del total de importaciones mundiales de productos pesqueros. La Unión Europea es, con diferencia, el mayor mercado único de pescados y productos pesqueros importados.

En el caso español debe indicarse que, a pesar de las importantes producciones pesqueras y acuícolas, nuestro país es clara-

mente deficitario en productos pesqueros, ya que las demandas son muy superiores a la capacidad productiva del sector, por lo que es preciso recurrir a las importaciones. Durante 2017, las importaciones de productos pesqueros superaron los 1,73 millones de toneladas, por un valor de casi 7.053 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 3,1% en volumen y del 9,8% en valor. Un 70% de las importaciones españolas de productos pesqueros proviene de países extracomunitarios, con China, Argentina y Marruecos como principales proveedores, mientras que el restante 30% es el porcentaje del comercio dentro de la Unión Europea, donde destacan las partidas de Portugal, Holanda y Francia. Por su parte, las exportaciones llegaron hasta los 1,14 millones de toneladas y los 4.036 millones de euros. En este caso, se registraron también aumentos del 7,2% en volumen y del 11,6% en valor con respecto a las cifras de 2016. El saldo negativo del comercio exterior de productos pesqueros para nuestro país es de casi 3.017 millones de euros, mientras que la tasa de cobertura llega únicamente al 57,2%. ○

## DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MAYORISTA

La distribución mayorista en España está estructurada de forma mayoritaria a través de las Unidades Alimentarias de la Red de Mercas, que cuentan con Mercados Mayoristas de Pescado en Mercalgeciras, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamadrid, Mercamálaga, Mecamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mercasevilla, Mercavalencia y Mercazaragoza

En 2017, las ventas totales de productos pesqueros, frescos y congelados en la Red de Mercas ascendieron a unas 620.000 toneladas. A través de las Mercas se comercializa en torno al 50% del consumo nacional de pescados y mariscos. El valor de los productos pesqueros comercializados en la Red de Mercas en 2017 superó a 4.200 millones de euros. ○



### COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS Y CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS EN 2017

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	1.721	10,9
Mercalicante	1.698	11,3
Mercasturias	1.847	12,3
Mercabadajoz	806	4,1
Mercabarna	193.064	1.447,6
Mercabilbao	26.963	178,0
Mercacórdoba	6.267	25,2
Mercagranada	8.444	39,6
Mercairuña	3.280	24,3
Mercajerez	285	1,3
Mercalaspalmas	2.283	13,0
Mercaleón	1.307	8,9
Mercamadrid	152.647	1.116,0
Mercamálaga	38.862	197,7
Mercamurcia	8.536	72,2
Mercapalma	10.110	67,2
Mercasalamanca	484	2,9
Mercasevilla	23.516	122,2
Mercavalencia	111.549	730,7
Mercazaragoza	22.447	147,3
<b>Total Red</b>	<b>616.116</b>	<b>4.232,7</b>

FUENTE: Mercasa

SOMOS  
RED  
WE ARE  
NET

# MERCASA



[mercasa.es](http://mercasa.es)







# Mercasa Red de Mercas

¿Quieres comprar o  
vender pescados y  
mariscos en la  
Red de Mercas?

Habla con nosotros

Somos la mayor red  
de mercados mayoristas  
del mundo

[mercasa.es](http://mercasa.es)



COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2017)

<b>Pescado blanco</b>	<b>41%</b>	P. Espada	2%
Merluza	11%	Caballa	1%
Pescadilla	5%	Otros	3%
Bacaladilla	4%	<b>Moluscos Bivalbos; Concha</b>	<b>12%</b>
Dorada	4%	Mejillón	8%
Lubina	3%	Chirla	1%
Rape	3%	Almeja	1%
Gallo	2%	Otros	2%
Bacalao	2%	<b>Moluscos Cefalópodos</b>	<b>6%</b>
Lenguado	1%	Calamar	3%
Rodaballo	1%	Sepia	2%
Otros	5%	Otros	1%
<b>Pescado azul</b>	<b>36%</b>	<b>Crustáceos</b>	<b>3%</b>
Boquerón	10%	Gamba	1%
Salmón	7%	Cigala, Nécora, Buey	1%
Sardina	7%	Otros	1%
Túnidos	4%	<b>Otros Pescados Frescos</b>	<b>2%</b>
Jurel	2%	<b>Otros Mariscos Frescos</b>	<b>1%</b>

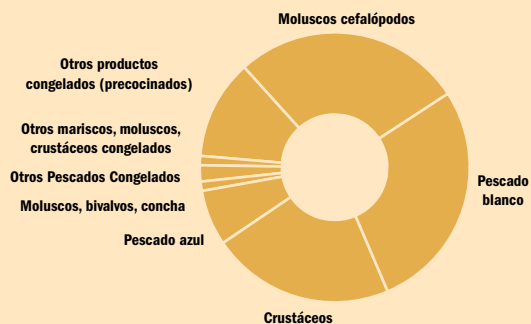


FUENTE: Mercasa.



COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS (Porcentaje 2017)

<b>Cefalópodos</b>	<b>28%</b>	Langostino	10%
Calamar	16%	Gamba	9%
Sepia	8%	Cigala	2%
Pulpo	3%	Otros	1%
Otros	1%	<b>Pescado azul</b>	<b>7%</b>
<b>Pescado blanco</b>	<b>28%</b>	P. Espada	4%
Merluza	11%	Túnidos	1%
Pescadilla	5%	Tiburón	1%
Lenguado	3%	Salmón.	1%
Bacalao	2%	<b>Moluscos Bivalvos; Concha</b>	<b>1%</b>
Rape	2%	<b>Otros Pescados Congelados</b>	<b>2%</b>
Rosada	2%	<b>Otros Mariscos Congelados</b>	<b>1%</b>
Otros	3%	<b>Otros Congelados (precocinados)</b>	<b>12%</b>
<b>Crustáceos</b>	<b>22%</b>		



FUENTE: Mercasa.

**CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS DE LA PESCA**

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 1.082,4 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 8.971,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 23,7 kilos de consumo y 196,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (10,5 kilos por persona y año), lo que representa un 44,3% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,4 kilos per cápita y 18,6% de consumo) y de marisco y molusco fresco (3,5 kilos per cápita y 14,8% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos re-

**CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2017**

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PESCA</b>	<b>1.082,4</b>	<b>23,7</b>	<b>8.971,3</b>	<b>196,7</b>
PESCADOS	594,7	13,0	4.555,9	99,9
PESCADOS FRESCOS	480,8	10,5	3.724,2	81,7
PESCADOS CONGELADOS	113,9	2,5	831,6	18,2
MERLUZA Y PESCADILLA	143,3	3,1	1.059,6	23,2
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	101,3	2,2	763,9	16,7
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	42,0	0,9	295,7	6,5
SARDINA Y BOQUERÓN	66,4	1,5	318,0	7,0
BOQUERONES FRESCOS	42,0	0,9	207,9	4,6
SARDINAS FRESCAS	23,4	0,5	104,8	2,3
ATÚN Y BONITO	24,6	0,5	237,6	5,2
TRUCHA FRESCA	13,3	0,3	84,5	1,9
LENGUADO	30,2	0,7	295,9	6,5
LENGUADO FRESCO	27,9	0,6	274,4	6,0
LENGUADO CONGELADO	2,3	0,1	21,5	0,5
BACALAO	48,5	1,1	415,1	9,1
BACALAO FRESCO	29,8	0,7	253,8	5,6
BACALAO CONGELADO	18,7	0,4	161,2	3,5
CABALLA FRESCA	14,3	0,3	58,0	1,3
SALMÓN	49,4	1,1	549,2	12,0
SALMÓN FRESCO	44,9	1,0	483,3	10,6
SALMÓN CONGELADO	4,5	0,1	65,9	1,4
LUBINA	21,5	0,5	189,5	4,2
DORADA	25,8	0,6	205,7	4,5
RODABALLO	4,3	0,1	44,6	1,0
RAPE	16,7	0,4	187,5	4,1
OTROS PESCADOS	136,5	3,0	910,7	20,0
OTROS PESCADOS FRESCOS	90,0	2,0	623,4	13,7
OTROS PESCADOS CONGELADOS	46,4	1,0	287,3	6,3
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS	286,2	6,3	2.461,3	54,0
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTÁCEOS CONGELADOS	99,5	2,2	981,7	21,5
MARISCO Y MOLUSCOS FRESCOS	160,6	3,5	1.206,3	26,5
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	26,1	0,6	273,2	6,0

presentan consumos menores, alcanzando los 2,8 kilos por persona al año (11,8% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 2,5 kilos per cápita y el 10,5% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 41,5%, con un total de 81,7 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 21,8% y un total de

42,8 euros por persona. A continuación, se encuentran los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos, con un porcentaje del 14% y 27,5 euros por persona; y el marisco y molusco fresco, que alcanza el 13,5% del gasto total en productos de la pesca (26,5 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,2% y 18,2 euros por persona y año. ○

**CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2017**

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PESCA</b>	<b>1.082,4</b>	<b>23,7</b>	<b>8.971,3</b>	<b>196,7</b>
ALMEJAS Y BERBERECHO	25,2	0,6	217,8	4,8
ALMEJAS CONGELADAS	7,0	0,2	40,6	0,9
BERBERECHOS CONGELADOS	0,1	0,0	1,1	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	18,1	0,4	176,1	3,9
MEJILLÓN	55,3	1,2	147,8	3,2
MEJILLÓN CONGELADO	1,8	0,0	11,1	0,2
MEJILLÓN FRESCO	53,5	1,2	136,8	3,0
CALAMARES Y PULPO	55,7	1,2	474,1	10,4
CALAMARES CONGELADOS	17,0	0,4	132,6	2,9
PULPO CONGELADO	3,6	0,1	36,9	0,8
CALAMAR Y PULPO FRESCO	35,1	0,8	304,6	6,7
GAMBAS Y LANGOSTINOS	82,0	1,8	935,0	20,5
GAMBAS Y LANGOSTINOS CONGELADOS	52,7	1,2	584,1	12,8
GAMBAS Y LANGOSTINOS COCIDOS	14,8	0,3	163,5	3,6
GAMBAS Y LANGOSTINOS FRESCOS	14,5	0,3	187,5	4,1
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	68,0	1,5	686,5	15,1
OTROS MARISCOS CONGELADOS	17,3	0,4	175,4	3,8
OTROS MARISCOS COCIDOS	11,3	0,2	109,7	2,4
OTROS MARISCOS FRESCOS	39,4	0,9	401,4	8,8
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	201,5	4,4	1.954,2	42,8
SARDINAS	11,5	0,3	89,7	2,0
ATÚN	101,3	2,2	780,3	17,1
CHICHARRO Y CABALLA	6,8	0,1	55,3	1,2
MEJILLONES	13,4	0,3	113,4	2,5
BERBERECHOS	4,5	0,1	78,6	1,7
ALMEJAS	1,1	0,0	14,1	0,3
CALAMARES	5,1	0,1	35,0	0,8
PULPO	0,5	0,0	5,1	0,1
ANCHOAS	4,4	0,1	84,4	1,9
SALMÓN AHUMADO	6,2	0,1	153,8	3,4
TRUCHA AHUMADA	0,2	0,0	4,3	0,1
OTROS AHUMADOS	3,5	0,1	49,6	1,1
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	43,0	0,9	490,5	10,8



### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los

índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

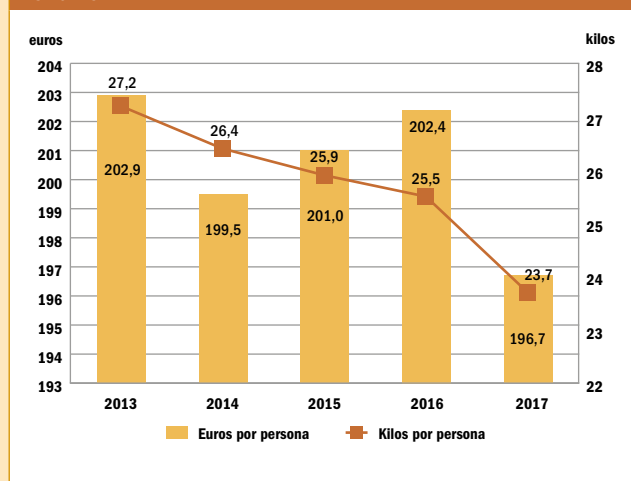
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y entre los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Cantabria y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Baleares, Extremadura y, sobre todo, a Canarias. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

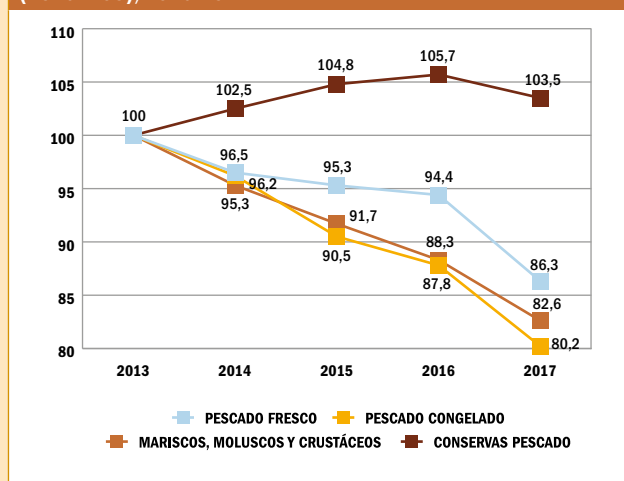
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca ha caído 3,5 kilos por persona y el gasto ha descendido 6,2 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2013 (27,2 kilos y 202,9 euros por consumidor).

En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de conservas de pescado aumenta y, por el contrario, en pescado fresco y congelado, y en mariscos, moluscos y crustáceos, se produce un descenso.

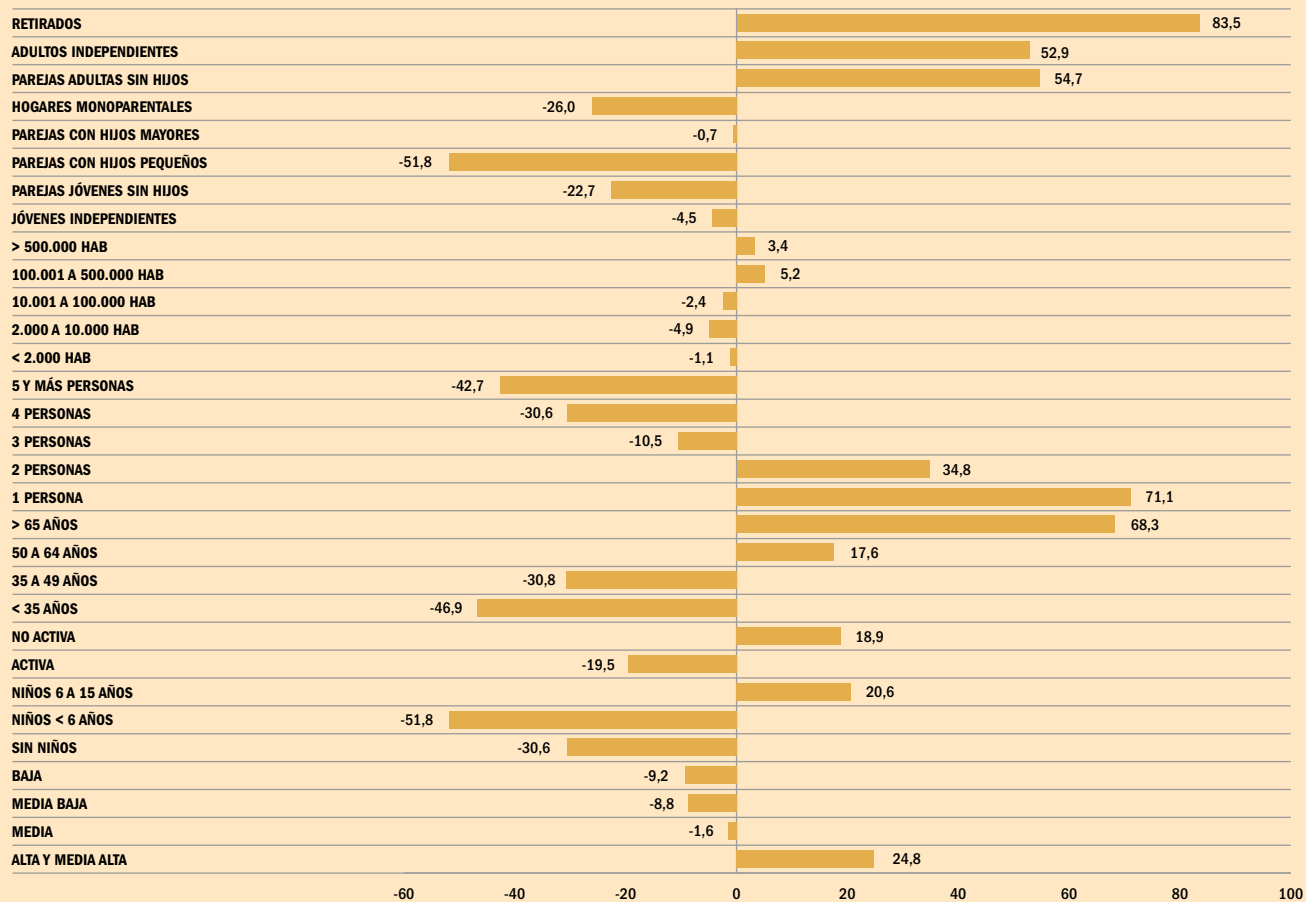
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PESCADO, 2013-2017



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PESCADO (2013=100), 2013-2017

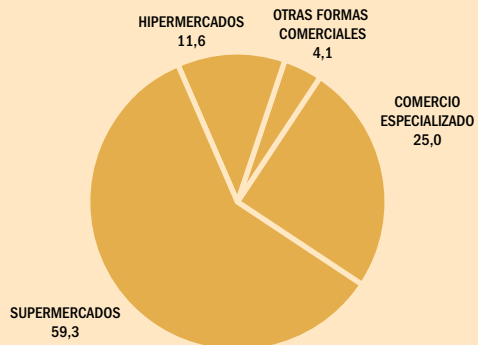


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PESCA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 23,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2016 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (58% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 26,2%, mientras que el hipermercado concentra el 11,6%. Las otras formas comerciales acaparan el 4,2% restante. ○



## PESCADO Y MARISCO FRESCO

La flota pesquera española pescó durante la última campaña registrada algo más de 408.600 toneladas de peso vivo, destinadas a su consumo en fresco. El valor estimado de todas esas capturas fue de 1.087,3 millones de euros. Estas cifras suponen unas reducciones interanuales del 6,6% en volumen y de un mucho más importante 5,8% en valor. Por partidas, destaca la formada por los peces, ya que constituyen el 91,4% del total en volumen y el 75,5% en valor. A continuación aparecen los moluscos, con porcentajes del 6,8% y del 14,5% respectivamente, seguidos por los crustáceos, que suponen el 1,6% en volumen y el 9,6% en valor. Otras capturas de la flota pesquera, fundamentalmente erizos de mar y otros equinodermos y algunos invertebrados acuáticos, representan los restantes 0,2% en volumen y 0,4% en valor.

Entre los peces, los más capturados por la flota pesquera de nuestro país son los arenques, sardinas y anchoas, con una producción de más de 81.610 toneladas y un valor de 127,6 millones de euros. De todas maneras, la partida más importante en volumen es la formada por peces pelágicos diversos, ya que alcanza un volumen de 107.830 toneladas, aunque su valor llega a unos 90,3 millones de euros. La partida de mayor valor es la formada por bacalaos, merluzas y eglefinos, con 77.000 toneladas y 226,4 millones de euros. También es muy importante la de atunes, bonitos y agujas, ya que supera las 44.630 toneladas y los 159,9 millones de euros. Por debajo de éstas, aparecen los peces costeros diversos (28.710 toneladas y 83,6 millones de euros), peces demersales diversos (15.400 toneladas y 75,9 millones de euros), los tiburones, rayas y quimeras (9.225 toneladas y 13,4 millones de euros) y las platijas, halibuts

*Entre los peces, los más capturados por la flota pesquera de nuestro país son los arenques, sardinas y anchoas, con una producción de más de 81.610 toneladas y un valor de 127,6 millones de euros*



y lenguados (6.100 toneladas y 33,1 millones de euros). Dentro de los moluscos, el principal grupo es el de los calamares, jibias y pulpos, con 16.140 toneladas y más de 81,4 millones de euros, seguido por almejas, berberechos y arcas (10.740 toneladas y 72,8 millones de euros). En el caso de los moluscos, la partida más importante es la de gambas y camarones, con 3.190 toneladas y 67,4 millones de euros, seguida por las de bogavantes y langostas (14,4 millones de euros) y cangrejos y centollas (7 millones de euros). ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los diferentes caladeros nacionales faenan algo menos de 8.850 buques, con una eslora promedio por debajo de los 9,9 metros. El 54,2% de estas embarcaciones faena en el caladero cantábrico-noroeste, el 27,9% en el caladero mediterráneo, el 8,3% en Canarias, el 8,7% en el Golfo de Cádiz y el restante 0,9% en cualquier zona. Atendiendo a los tipos de pesca practicados, hay algo menos de 7.110 de artes menores, 808 de arrastre, casi 570 de cerco y 67 que faenan con



redes de enmalle. El arqueo total de esta flota llega hasta más de 139.990 GT, mientras que su potencia ronda los 705.425 CV. Aparte de todas estas embarcaciones, existen otros 106 buques (51 arrastreros y 55 de artes fijas) que faenan en otros caladeros de la Unión Europea y que aportan también pescado fresco para el mercado español. La eslora promedio de todos estos buques es muy superior, llegando a los 31,4 metros. La flota que faena en el caladero nacional embarca un total de 4.870 tripulantes, mientras que otros 580 trabajan en la flota que actúa en los caladeros UE.

En nuestro país se encuentran en actividad algo menos de 180 lonjas de pescado, de las que casi el 75% se encuentra



## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de pescados frescos y refrigerados es, como en la práctica mayoría de los productos del sector pesquero, muy negativo para España, ya las importaciones resultan mucho más importantes en volumen y valor que las exportaciones. Así, durante 2017 se importaron algo más de 238.500 toneladas de peces frescos y refrigerados, por un valor cercano a 1.080 millones de euros. Estas cifras suponen unos descensos interanuales del 6,6% en volumen y del 0,5% en valor. Por su parte, las exportaciones alcanzaron las 98.164 toneladas (-4,5%) y los 468,27 millones de euros (-0,4%). El saldo negativo para nuestro país de este comercio exterior llega, por tanto, a casi 610 millones de euros, mientras que la tasa de cobertura se queda en el 43,4%. La partida de filetes y carnes de pescado arroja también unos resultados igualmente negativos, ya que se importaron 194.400 toneladas por un valor de 764,7 millones de euros, frente a unas exportaciones de 62.150 toneladas y 378,2 millones de euros. Los principales proveedores europeos de productos pesqueros para el mercado español

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PESCADOS REFRIGERADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova, S.L. *	1.060,00
Caladero, S.L.U - Grupo *	195,84
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	163,50
Ubago Group Mare, S.L. - Grupo *	133,00
Culmarex, S.A.U.	125,00
Angulas Aguinaga, S.A. *	100,00
Atunes y Lomos, S.L. (Atunlo)	100,00
Japofish, S.A. *	60,00
Frescamar Alimentación, S.L.	57,00
Stolt Sea Farm, S.A.	55,87

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

gestionado por las propias cofradías de pescadores, donde se comercializa el 70% del total del pescado desembarcado en fresco. En la red de Mercas se comercializan algo menos de 300.000 toneladas de pescado fresco y 96.000 toneladas de marisco fresco. ○

son Portugal, Holanda, Francia, Reino Unido, Italia y Dinamarca. También hay que destacar las partidas de peces frescos provenientes de Marruecos. En el caso de las exportaciones, éstas se dirigen mayoritariamente a otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Portugal, Francia, Alemania, Grecia y Reino Unido. ○





## ACUICULTURA

La acuicultura ha sido el elemento que ha provocado el enorme incremento de las producciones de peces y mariscos en el mundo. En 1974 la acuicultura proporcionaba el 7% de todo el pescado para consumo humano. Veinte años después ese porcentaje se incrementó hasta el 26% y en 2004 llegó hasta el 39%. En la actualidad, la acuicultura suministra el 44,1% de todo el pescado que consumimos, con una producción de 73,8 millones de toneladas de peces, de las que el 63,8% proviene de la acuicultura continental y el restante 36,2% de la acuicultura marina. Además, la acuicultura produce otras 27,3 millones de toneladas de plantas acuáticas. Las producciones acuícolas españolas llegaron durante el último ejercicio computado hasta las 287.500 toneladas, por un valor ligeramente por debajo de los 561,8 millones de euros. Estas cifras supusieron una reducción interanual del 2,1% en volumen, mientras que en valor se registró un incremento del 9,2%. Los moluscos constituyen la principal producción acuícola en nuestro país, con 219.540 toneladas, por un valor de 141,2 millones de euros. A bastante distancia en volumen

aparecen los peces, con 67.774 toneladas, pero su valor aumenta hasta los 418,5 millones de euros. La producción de crustáceos ronda las 177,5 toneladas, con un valor de casi un millón de euros. Otras producciones significativas son las de plantas acuáticas (8 toneladas y 1,1 millones de euros) y otros invertebrados, con una modesta producción de 0,25 toneladas y un valor de 23.750 euros.

La acuicultura marina en España es la más importante, ya que su supone el 93,8% del total en volumen y el 88,4% en valor, mientras que a la acuicultura continental le corresponden los restantes 6,2% en volumen y 11,6% en valor. Atendiendo a su valor, las principales especies producidas en la acuicultura marina son las lubinas (155,5 millones de euros), los mejillones (118 millones de euros), las doradas (80,2 millones de euros), los atunes rojos (68,4 millones de euros), los rodaballos (61,6 millones de euros) y las almejas japonesas (8,8 millones de euros). Dentro de la acuicultura continental, las especies más importantes en valor son las truchas arco iris (64,1 millones de euros), las anguilas (4,4 millones de euros) y los esturiones (1,9 millones de euros). ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*En España hay 5.105 establecimientos donde se registran producciones acuícolas. En las zonas marinas se encuentran activos 3.757 establecimientos, mientras que otros 1.148 están situados en las zonas intermareales salobres. Por último, en la zona continental aparecen otros 200 establecimientos. Atendiendo al tipo de cultivo, los establecimientos más numerosos son los de cultivo vertical, con el 71,3% del total. A continuación aparecen los establecimientos de cultivo horizontal (22,4%) y, a mucha distancia, los situados en tierra firme (3,5%), en enclaves naturales (2%) y los de cultivo en jaulas (0,8%). En el sector español de la acuicultura trabajan algo más de 18.700 personas y genera 6.534 unidades de trabajo anual. En general, las empresas productoras de la acuicultura marina son grandes grupos pesqueros, ya que las inversiones necesarias para poner en marcha explotaciones sostenibles son muy elevadas. La principal excepción se registra en el caso del mejillón, donde se encuentran activos alrededor de 3.300 parques en Galicia productores de mejillón, con una factu-*

*ración conjunta de 112 millones de euros anuales. El valor añadido neto de la acuicultura es de 200,8 millones de euros, mientras que la renta de la acuicultura se sitúa en 199,4 millones de euros.* ○



## PRODUCTOS CONGELADOS

Durante el último año registrado, las capturas de la flota pesquera española que se destinaron al consumo congelado llegaron hasta algo menos de 491.870 toneladas, por un valor de casi 1.006 millones de euros. Estas cifras indican una caída de las capturas en volumen (-6,2%), junto a un importante aumento de su valor (+13,3%). El grupo más importante es el de los peces, con más de 474.410 toneladas y 940,6 millones de euros, seguido por los moluscos (12.050 toneladas y 38,6 millones de euros) y los crustáceos (5.390 toneladas y 26,6 millones de euros). Otros productos marinos congelados supusieron apenas 15 toneladas y 34.000 euros. Dentro de los peces destacan los atunes, bonitos y agujas, con 257.500 toneladas y 676 millones de euros, seguidos por bacalao, merluzas y eglefinos, con 100.420 toneladas y 123,2 millones de euros, tiburones, rayas y quimeras, (59.290 toneladas y 61,1 millones de euros) y peces demersales diversos (27.070 toneladas y 34,3 millones de euros).



Entre los moluscos son los calamares, jibias y pulpos los más importantes, con 11.985 toneladas y 38,5 millones de euros. A mucha distancia aparecen las orejas de mar, bígaros y estrombos, con 29,2 toneladas y 10,8 millones de euros. En los crustáceos destacan las gambas y camarones, con 3.520 toneladas y 25,5 millones de euros, seguidos por cangrejos y centollos, con 1.810 toneladas y bogavantes y langostas, con 61 toneladas. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial de pescados congelados registra una facturación de 9.140 millones de euros y genera más de 17.620 puestos de trabajo. Se trata de un sector dominado por grandes grupos que tienen una clara vocación internacional. Los líderes sectoriales son los principales operadores pesqueros, junto a algunas compañías multinacionales que controlan desde las capturas pesqueras hasta las presentaciones finales en los mercados. Se encuentran activas unas 350 empresas de productos pesqueros congelados, de las que el 39% del total se encuentra radicado en Galicia. En esa comunidad se concentra algo menos del 43% de la facturación global del sector (3.895 millones de euros) y el 38,4% del empleo (6.770 empleos).

El principal grupo de pescado congelado alcanza unas ventas de 1.060 millones de euros en todas sus líneas de negocio, mientras que el segundo se acerca a los 200 millones de euros, el tercero ronda los 165 millones de euros, el cuarto se sitúa en torno a los 135 millones de euros y el quinto registra una facturación de 125 millones de euros. El incremento de las demandas y la escasez de la materia prima están provocando un auge de los precios, lo que hace que muchos fondos de inversión y grandes grupos asiáticos estén apostando por este sector, realizando importantes

operaciones de compra y venta. Esto hace, por ejemplo, que los dos principales grupos de pescado congelado de nuestro país se encuentren en la actualidad en el mercado y están valorando diferentes ofertas de compra. Las marcas de distribución representan el 67% de todas las ventas en volumen en el libreservicio, frente a una cuota del 26% de la primera oferta marquista. ○

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova, S.L. *	1.060,00
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	285,00
Ultracongelados Virto, S.A.	266,00
Grupo Profand, S.L.	249,00
Ibérica de Congelados, S.A. *	206,00
Mascato, S.A.	201,91
Pescapuerta, S.A. - Grupo	189,60
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	163,50
Comercial Pernas, S.L.	160,00
Congelados y frescos del mar, S.A. - Grupo	155,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## COMERCIO EXTERIOR

La única partida en la que el comercio exterior de productos pesqueros es favorable para nuestro país es la de los pescados congelados. Así, durante 2017, se exportaron 452.240 toneladas de pescado congelado, por un valor de 806,45 millones de euros. Estas cifras suponen unos incrementos interanuales del 6,4% en volumen y del 13,3% en valor. Por su parte, las importaciones se quedaron en 366.040 toneladas, un 3,3% más que en el año anterior, por un valor de 779,1 millones de euros (+5,6%). Estas cifras indican que España registra en este caso un saldo comercial positivo de 27,3 millones de euros, con una tasa de cobertura de 103,5%.

Los principales clientes de las exportaciones españolas de pescado congelado son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Portugal, Francia, Alemania, Grecia y Reino Unido. Fuera de Europa, los mercados de destino más importantes son Mauricio, Ecuador, Seychelles y Costa de Marfil.

En el caso de las importaciones, nuestros proveedores extraeuropeos más destacados son China, Argentina, Marruecos, Ecuador, Vietnam, Chile, Perú, Namibia, Malvinas, India, Sudáfrica y México. Un 66,1% del total en volumen y un 57,2% en valor de las exportaciones de pescados congelados se dirige hacia países extracomunitarios, mientras que los restantes 33,9% en volumen y 42,8% son las cuotas del comercio intraeuropeo. En el caso de las importaciones, las partidas provenientes de países terceros acaparan el 73,3% en volumen y del 76,7% en valor, lo que deja unas cuotas del 26,7% en volumen y del 23,3% en valor para las que provienen de otros países de la UE. ○

***La producción española de conservas de pescado llegó durante 2017 a rozar las 352.800 toneladas, lo que significó un incremento interanual del 1,3%. El valor de toda esa producción se situó en 1.603,5 millones de euros, un 5,5% más***

## CONSERVAS DE PESCADO



La producción española de conservas de pescado llegó durante 2017 a rozar las 352.800 toneladas, lo que significó un incremento interanual del 1,3%. El valor de toda esa producción se situó en 1.603,5 millones de euros, un 5,5% más que en el ejercicio precedente. La principal conserva de pescado es la de atún y atún claro, con 226.570 toneladas (+0,9%) y un valor de 818,9 millones de euros (+5,3%). Además, hay también conservas de atún blanco (12.770 toneladas y 121,3 millones de euros) y de atún con vegetales (2.066 toneladas y 12,15 millones de euros), lo que hace todavía más evidente el predominio de este tipo de conservas. Las conservas de túnidos representan casi el 65% de toda la producción española de conservas de pescado en volumen y el 52% en valor. A bastante distancia se sitúan las conservas de sardinas y sardinillas, con 23.890 toneladas (+0,1%) y casi 102,5 millones de euros (+0,9%), y de mejillones, con 14.340 toneladas (+6%) y 120,7 millones de euros (+8,1%). Por debajo de éstas aparecen las conservas de caballa (15.160 toneladas y 69,4 millones de euros), calamares y chipirones (6.665 toneladas y 35,4 millones de euros), berberechos (5.570 toneladas y 84,7 millones de euros), almejas (1.230 toneladas y 14,2 millones de euros), pulpo (940 toneladas y 9,9 millones de euros) y navajas (770 toneladas y 12,1 millones de euros). Todas las otras conservas (zamburiñas, huevas, melva, jurel, bacalao, algas, etc.) suponen otras 29.830 toneladas y 105,5 millones de euros. Además, hay que tener en cuenta que en nuestro país hay una producción de casi 13.000 toneladas de semiconservas de anchoa (+0,6% durante el pasado año), por un valor de 96,65 millones de euros (+3,8%).

Las conservas de pescado representan el 41,3% de todo el pescado transformado que se produce en nuestro país. Por su parte, las conservas de moluscos acaparan el 9,4%, mientras que las de crustáceos llegan hasta el 0,4%. A continuación aparecen el pescado congelado (22,6%), los moluscos congelados (14,8%) y los crustáceos congelados (5%). ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector de las empresas españolas de conservas de pescado existe una base formada por pequeños y medianos operadores, con cuotas de producción bastante modestas. El 68% de las casi 640 empresas que aparecen en actividad tiene una plantilla por debajo de los 20 trabajadores. Junto a esta base atomizada aparecen algunos grandes grupos, entre los que aparecen algunos operadores internacionales. Tanto las pequeñas y medianas como estos grandes grupos tienen una clara vocación exportadora. Nuestro país es el segundo productor de conservas de pescado a nivel mundial, sólo superado por

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y SALAZONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Jealsa Rianxeira *	576,00
Luis Calvo Sanz, S.A. - Grupo *	575,40
Frinsa del Noroeste, S.A.*	383,36
Grupo Conservas Garavilla, S.L. - Grupo *	315,00
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	163,50
Ubago Group Mare, S.L. - Grupo *	133,00
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	114,23
Hijos de Carlos Albo, S.L.U. *	87,87
Ignacio González Montes, S.A.	84,65
Grupo Conservas Dani *	76,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## COMERCIO EXTERIOR

El sector español de conservas de pescado tiene una clara orientación exportadora, ya que los volúmenes de producción no pueden ser absorbidos por las demandas internas, lo que convierte al comercio exterior en una necesidad esencial para asegurar la sostenibilidad de las empresas. Durante 2017, las exportaciones totales de conservas, preparados y semiconservas de pescados y mariscos han crecido en un 9,1% en volumen y en importante 17,8% en valor, superando las 191.800 toneladas y acercándose a los 923 millones de euros. En términos generales, la principal especie exportada es la de los túnidos, superando el 60% del total en volumen. Atendiendo a sus porcentajes respectivos, las conservas de atún listado acaparan el 28% de todas las exportacio-



tailandia. En valor, la producción de la industria transformadora de pescados representa el 61% de todo el sector pesquero, seguida de las capturas con un 31% y por último de la producción acuícola con un 8%. Durante el pasado ejercicio, las industrias transformadoras de pescado alcanzaron una producción conjunta de casi 801.370 toneladas, por un valor de 4.229 millones de euros. El sector conservero español tiende a concentrarse en Galicia, ya que en esta comunidad autónoma se genera el 84% del negocio total del sector y concentra al 78% de todos sus trabajadores. Las industrias conserveras gallegas aportan el 3% del PIB regional y contribuyen con el 6,5% de todo el trabajo industrial de la comunidad autónoma.

El grupo líder sectorial registró en el último ejercicio computado unas ventas de 576 millones de euros, mientras que el segundo superó ligeramente los 575 millones de euros, el tercero rondó los 384 millones de euros, el quinto se situó en 315 millones de euros y el quinto registró una facturación de 164 millones de euros. Con ventas superiores a los 3 millones de euros anuales aparecen alrededor de 60 compañías conserveras. ○

nes, mientras que las de atún claro llegan hasta el 15%; las de túnidos picados al 14%, las de otros túnidos hasta el 3%, las de lomos de atún listados al 2%, las de lomos de atún claros al 1% y las de otros lomos de atún a otro 1%. A mucha distancia aparecen las exportaciones de sepias y calamares (12% del total), anchoas (2%), surimi (2%), pulpo (1%), sardinas (1%), mejillones (1%) y caballa (1%). Las exportaciones de las restantes conservas de moluscos suponen un 4%, las de mariscos otro 4% y las de los demás pescados el restante 6%.

Las exportaciones de conservas de atún listado llegaron en el pasado año hasta las 54.620 toneladas (+7%) y los 264,2 millones de euros (+18%). Atendiendo únicamente al valor de



las partidas exportadas, le siguen las de atún claro (172,3 millones de euros), túnidos picados (108,7 millones de euros), sepias y calamares (64,7 millones de euros), anchoas (41,2 millones de euros), otros túnidos enteros (41,1 millones de euros), lomos de atún listado (24,9 millones de euros) y pulpo (23,2 millones de euros),

Los principales clientes de las conservas españolas de pescado y marisco son, dentro de la Unión Europea, Italia, Francia, Portugal, Reino Unido y Holanda. Fuera de Europa, los mercados de destino más importantes son Estados Unidos, Marruecos, Argelia y Albania. También han crecido las ventas en mercados asiáticos, como China y Japón, y se mantiene una importante presencia en varios países latinoamericanos, donde algunas de las principales conserveras españolas han establecido plantas de producción para asegurarse el abastecimiento de materia prima a buenos precios. ○

## AHUMADOS

La producción española de pescados ahumados llegó durante el último ejercicio computado hasta poco menos de 12.910 toneladas, por un valor de 219,4 millones de euros. Estas cifras suponen una disminución interanual del 1,3% en volumen, pero un aumento del 17,6% en valor. La carestía y la escasez de la materia prima, en especial del salmón que constituye la principal oferta del sector, explica este comportamiento tan dispar entre producción y facturación. En el consumo doméstico, el salmón acapara el 64,2% de todas las ventas en volumen y el 74,7% en valor. A muchísima distancia aparece la trucha, con porcentajes que rondan el 2% en volumen y valor. Todas las otras presentaciones suponen los restantes 33,8% y 23,3% respectivamente. Dentro de éstas, las ofertas más importantes son las de bacalao, trucha, palometa y los surtidos. Durante el último año, las ventas de salmón ahumado disminuyeron un 5,7% en volumen, mientras que crecían un 6% en valor. El precio medio, por su parte, se incrementó en un 12,4%. El encarecimiento de la materia prima está obligando a los productores del sector a diversificar sus presentaciones y a basar sus estrategias comerciales en la creación de nuevas ofertas de mayor valor añadido. Otra estrategia fundamental para la recuperación del mercado consigue en romper la extremada estacionalización del consumo de ahumados, concentrado en el periodo navideño hasta ahora, pero que comienza a distribuirse más homogéneamente durante todo el año. ●

## COMERCIO EXTERIOR

Las estadísticas oficiales agrupan en una única partida a los pescados secos, salados y ahumados. Durante 2017 las exportaciones de todas estas ofertas crecieron un 5,5% en volumen y un 7,6% en valor, llegando hasta las 17.140 toneladas, por un valor de 108,2 millones de euros. La principal especie exportada es la anchoa salada, con una cuota del 40%. Los pescados ahumados representan el 15% de todo ese comercio exterior, destacando las exportaciones de salmón (6% del total). En el pasado ejercicio, las importaciones de pescados ahumados llegaron hasta 2.965 toneladas y 29,8 millones, lo que supone unos incrementos del 62,9% en volumen y del 49,7% en valor. Las exportaciones rondaron las 1.915 toneladas (+27,3%) y los 34,6 millones de euros (+47,9%). El principal mercado de destino fue Italia, con el 51,3% del total en volumen y el 58,9% en valor, seguido a mucha distancia por Portugal (17,7% y 20,5%) y Francia (16,2% y 10%). Los proveedores más importantes de pescado ahumado para el mercado español fueron Suecia (28% en volumen y 48,8% en valor), Dinamarca (26,3% y 6,7%) y Noruega (25,4% y 22,8%). Todas estas cifras indican cómo el comercio exterior de ahumados ha adquirido una gran importancia en los últimos tiempos. ○



## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de los pescados ahumados en nuestro país presenta un elevado grado de concentración. Se trata de un mercado dominado por unas pocas empresas, entre las que hay especialistas, filiales de compañías multinacionales y grandes operadores de sectores afines que exploran esta línea de negocio. El grupo más importante registra unas ventas de 64 millones de euros anuales en el mercado de ahumados, frente a los 136 millones que constituyen su facturación total. El segundo operador llega hasta los 19,3 millones de euros, el tercero se acerca a los 19 millones de euros, el cuarto se sitúa en 18,5 millones de euros y el quinto ronda los 17,8 millones de euros. Otros dos operadores registran cifras de ventas entre los 14 y los 16 millones de euros anuales. Durante el pasado ejercicio las principales empresas del sector realizaron unas inversiones superiores a los 7 millones de euros para mejorar sus procesos tecnológicos y ampliar su capacidad productiva.

Las marcas de distribución son algo menos importantes en este mercado de lo que viene siendo habitual. Acaparan alrededor del 36% de todas las ventas en volumen y del 35% en valor, mientras que la primera oferta marquista llega hasta el 44% y el 38% respectivamente. En el caso del salmón, las marcas blancas controlan el 34,5% del total en volumen y el 34% en valor. ○



## 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<sup>®</sup> (Mejillón de Galicia)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:**

La zona de cultivo es el espacio marítimo interior de las rías gallegas de A Coruña y Pontevedra habilitado para el

cultivo de mejillón en batea: Ría de Ares-Sada, Ría de Muros-Noia, Ría de Arousa, Ría de Pontevedra y Ría de Vigo.

**CARACTERÍSTICAS:** Es un producto totalmente natural, pues su cultivo no incorpora ningún aporte ajeno al medio. Es un alimento sano y saludable, con un elevado valor nutricional, rico en proteínas, vitaminas, sales minerales y omega 3, y bajo en calorías. Está garantizado bajo estrictos controles higiénico-sanitarios y de certificación de calidad, que satisfacen las mayores exigencias del consumidor.

**DATOS BÁSICOS:** En los registros del Consejo Regulador están inscritas 3.314 bateas, casi la totalidad de las existentes en Galicia, que producen al año entre 250 y 300 millones de kilos, y 49 empresas comercializadoras del mejillón de Galicia con DOP.



## OLIVAR

Según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI), en el mundo hay unos 10 millones de hectáreas de olivar y cerca de 850 millones de olivos.

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.

Por su lado, la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2016/2017 ascendió a 2,6 millones de toneladas lo que supuso un descenso de casi un 14% sobre la producción de la campaña precedente, en la que la producción mundial se incrementó gracias, entre otras cosas, a la buena campaña europea.

Hay que tener en cuenta que las campañas se computan comercialmente desde el 1 de noviembre hasta el 31 de octubre del año siguiente, pero la producción de aceituna se ha ido formando en el árbol a lo largo del primer año mencionado.

Respecto al consumo mundial, en la campaña 2017/2018 se prevé que ascienda a 2,98 millones de toneladas, frente a los más de 2,72 millones de toneladas de la campaña 2016/2017. Según los datos del Comité Oleícola Internacional, el mayor consumo de este tipo de aceite se concentra en la Unión Europea, pero también destacan por su consumo de aceite países como Estados Unidos (312.000 toneladas previstas en la campaña 2017/2018) o Marruecos (120.000 toneladas). ●

### COMERCIO MUNDIAL

En cuanto al comercio mundial de aceite de oliva, en la campaña 2016/2017 las importaciones mundiales de aceite se elevarán, según el COI, a 786.500 toneladas (4.000 toneladas menos que en la campaña 2015/2016) y las exportaciones a 778.000 toneladas (20.000 toneladas menos que en la campaña precedente, en la que también se produjo una caída).

Sin embargo, en la campaña 2017/2018 el comercio se ha recuperado y tanto las exportaciones mundiales, como las importaciones tienden al alza. Así, según el COI las

exportaciones mundiales superarán en esta campaña las 971.000 toneladas, casi un 25% más que en la anterior, mientras que las importaciones rondarán las 880.000 toneladas, un 12% más.

Más de la mitad de las exportaciones mundiales de aceite de oliva proceden de la Unión Europea. En la campaña 2016/2017, el COI estima que se exportaron 558.000 toneladas de aceite, un volumen inferior en 15.000 toneladas al exportado en la campaña 2015/2016. Por su lado, en la campaña 2017/2018 se prevé unas exportaciones comunitarias superiores a las 578.000 toneladas, el segundo volumen más alto de los últimos 30 años (sólo superados por las ventas al exterior de la campaña 2013/2014).

El primer país exportador en esta campaña 2017/2018 volverá a ser España (304.200 toneladas previstas), seguido de lejos por Italia (217.000 toneladas prevé el COI) y Portugal

#### PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ANDALUCÍA	1.117	1.052	947,5
ARAGÓN	13,4	10,7	18,3
BALEARES	0,685	0,398	0,975
COMUNIDAD VALENCIANA	29,3	15,7	35,8
CASTILLA-LA MANCHA	114,5	113,6	105,4
CASTILLA Y LEÓN	1,4	1	1,7
CATALUÑA	26,9	27,7	36,5
EXTREMADURA	68,5	44	72,7
GALICIA	0,007	0,006	0,008
LA RIOJA	2,7	1,5	2,58
MADRID	4	5	3,16
MURCIA	11,6	7	15,8
NAVARRA	5	4,2	5,9
PAÍS VASCO	0,12	0,096	0,12
<b>ESPAÑA</b>	<b>1397,9</b>	<b>1285,4</b>	<b>1.246,5</b>

FUENTES: COI y MAPA

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ACEITE DE OLIVA	836,3	1397,9	1285,4	1.246,5
ACEITUNA DE ADEREZO	555,6	601,8	596,3	563,3

Fuente: MAPA



*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 jornales cada campaña*

(39.700 toneladas). El aceite español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas.

Aunque la diferencia es mucha, también destacan por sus ventas al exterior de aceite de oliva países como Túnez (120.000 toneladas en la campaña 2017/2018), Argentina o Marruecos. Por su lado, entre los países terceros que más aceite de oliva compran destacan Estados Unidos (305.000 toneladas previstas para la campaña 2017/2018), Brasil (70.000 toneladas), Canadá o Japón.

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.

La UE importa también aceite de oliva de países terceros por un volumen cercano a las 160.000 toneladas, según las previsiones para la campaña 2017/2018. En esta campaña, según las previsiones del COI, las importaciones comunitarias de aceite casi se van a duplicar.

Por países, el que más aceite importa es Italia (84.800 toneladas en la campaña 2017/2018), seguido de España y de Francia. ○

## OLIVAR EN ESPAÑA

España ocupa el primer lugar mundial en superficie y producción de aceite de oliva. En España existen cerca de 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se considera apta para el aderezo porque su elevado contenido en agua determina bajos rendimientos en aceite.

Cada una de estas variedades de aceituna produce un aceite distinto. Así, existen en el mercado aceites de aceituna

### PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
MUNDO	2.581	2.576,5	2.929,5	2.870,5
UE	868	886	842	875
<b>ESPAÑA</b>	<b>555,6</b>	<b>601,8</b>	<b>596,3</b>	<b>563,3</b>

Fuentes: COI y MAPA

### PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ANDALUCÍA	442	459	468	442,4
EXTREMADURA	64	126,4	93,6	111
OTRAS CC.AA.	49,6	16,4	34,7	9,8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>555,6</b>	<b>601,8</b>	<b>596,3</b>	<b>563,31</b>

Fuentes: MAPA

### PRODUCCIÓN DE ACEITE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
MUNDO	2.458	3.177	2.587	3311,5
UE	1.435	2.322	1.923	2174,5
<b>ESPAÑA</b>	<b>836,3</b>	<b>1397,9</b>	<b>1285,4</b>	<b>1246,5</b>

Fuentes: COI y MAPA

picual, hojiblanca, lechín, manzanilla, verdial, cornicabra, empeltre, arbequina, etc.

El cultivo del olivar tiene en España un marcado carácter social. Se estima que unos 350.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y que este cultivo genera unos 46 millones de jornales cada campaña.

La producción española representa aproximadamente el 65% de la producción de la Unión Europea y el 25% de la mundial, pues en los últimos años ha aumentado más la producción de los países terceros. Igualmente es España la gran potencia mundial en producción de aceituna de mesa. En 2017, la superficie dedicada al olivar en España ascendía a 2.650.801 hectáreas, cifra ligeramente superior a la del año anterior. De este total 2,49 millones de hectáreas correspondían a olivar destinado a la producción de aceite y el resto, o bien eran olivares destinados a la producción de aceituna de mesa, o eran de doble aptitud (mesa y almazara). También es de destacar que el grueso de la superficie (1,8 millones de hectáreas) correspondía a olivar de secano y el resto de regadío.

En mayor o menor medida, la producción del aceite de oliva está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el grueso de la producción ya que cuenta con el 60% de los olivos españoles. Extremadura, con el 12% aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas el olivar se ha ido extendiendo a zonas donde el cultivo es menos habitual como puede ser Castilla y León o incluso Galicia.

En España, el valor de los productos obtenidos del olivar supuso en 2017 el 6,4% de la Producción Agraria final y el 11% de la Producción Vegetal, porcentajes superiores a los del año precedente.

Según los datos del ministerio de Agricultura, la producción de aceite de oliva 2017, estimada a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy positiva al igual de lo que sucedió en el año anterior (estos datos del ministerio de Agricultura no se corresponden con la campaña 2017/2018, sino con la anterior 2016/2017).

Así, en cantidad la producción de aceite de oliva a efectos de calcular la renta agraria se redujo un 8,2%, mientras que los precios subieron de media un 19,7% (en los dos años anteriores habían bajado). Según el ministerio de Agricultura, el valor generado por el sector del aceite de oliva se incrementó y se situó en 3.166,3 millones de euros, muy por encima del valor del año 2016 (2.882,7 millones de euros en valores corrientes a precios básicos).

Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva alcanzando en 2017 el 76% del total. A los andaluces les siguieron los olivareros de Castilla-La Mancha (8%), Extremadura (6%) y Cataluña (2%). ○

## PRODUCCIÓN DE ACEITE

La producción nacional de aceite en la campaña 2016/2017 alcanzó un volumen cercano a 1,28 millones de toneladas, un 8% menos que en la campaña 2015/2016, cuando se superaron los 1,4 millones de toneladas de aceite. La aceituna molturada fue 6,48 millones de toneladas, con un rendimiento medio de 19,73%.

Sin embargo, la extrema sequía hizo que la producción de aceite descendiera en la siguiente campaña. En concreto, la producción nacional de aceite en la campaña 2017/2018 alcanzó un volumen de 1,24 millones de toneladas, un 3% menos que en la anterior. ○

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITES Y MARGARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Bunge Ibérica, S.A. *	2.251,79
Cargill, S.L. - Grupo *	1.600,00
Miguel Gallego, S.A. (Migasa) - Grupo *	1.050,00
DCOOP, S.C.A. *	1.001,03
Sovena España, S.A. *	700,00
Deoleo, S.A. - Grupo *	695,21
Unilever España, S.A. - Grupo *	616,00
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) *	523,20
Borges Agricultura & Industria Edible Oils, S.A.*	460,00
F.J. Sánchez Sucesores, S.A. *	240,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ALMAZARA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ANDALUCÍA	3.187	5.349	5.275	4.289
ARAGÓN	70	59,7	59,3	71
CASTILLA-LA MANCHA	257	536	559,4	437
CATALUÑA	180,5	142,7	148,4	137
COMUNIDAD VALENCIANA	71,7	130,3	71,6	152
EXTREMADURA	211	389,4	251,5	390
OTRAS CC.AA.	83	152	110	141
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>4.060</b>	<b>6.759</b>	<b>6.475</b>	<b>5.616</b>

FUENTES: COI y MAPA

## COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA

(Campaña. Miles de toneladas).	2014	2015	2016	2017
<b>EXPORTACIONES</b>				
ACEITE DE OLIVA	1.229	844,6	924	941,17
ACEITUNA DE MESA	364,8	209,5	333	308,3
<b>IMPORTACIONES</b>				
ACEITE DE OLIVA	85,2	251	103,6	104,17

FUENTE: DG Aduanas

## COMERCIO EXTERIOR

La exportación de aceite de oliva en el año 2017 tuvo una positiva evolución. De acuerdo con los datos de la Dirección General de Aduanas, España exportó 941,1 millones de toneladas (no en la campaña, sino en todo el año natural), un

volumen superior en un 2% al del año anterior. El valor de estas ventas ascendió a 3.667 millones de euros, un 15% más. Esta cifra supuso un récord en el valor de exportación alcanzado por este subsector de la producción agrícola.

Asimismo, ese año también se importaron 104.180 toneladas (un 1% más que en 2016), por un valor de 341 millones de euros (un 14,8% más que un año antes)

En cuanto a la comercialización de la campaña 2017/2018, según los datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) a 31 de mayo de 2017, se cuantificaron unas importaciones de 111.700 toneladas.

Por su parte, las exportaciones, con datos a 31 de mayo de 2017, se estimaron en 538.700 toneladas, un 18,5% menos con respecto a la campaña anterior y un 14% en relación a la media de las cuatro últimas campañas. La media mensual de salidas de octubre 2017 a mayo 2018 fue de 67.340 toneladas. El mercado interior aparente alcanzó la cifra de 320.300 toneladas, cantidad que supuso una disminución del 4,5% respecto a la de la campaña pasada y un 11% con respecto a la media de las cuatro campañas precedentes. La media mensual de salidas en los primeros ocho meses de la campaña fue de 40.040 toneladas.

Por su lado, la comercialización total (Mercado Interior Aparente y Exportaciones) llegó a 859.500 toneladas, lo que supuso un retroceso del 14% con respecto a la campaña anterior y de un 13% en relación a la media de las cuatro últimas. Finalmente, con datos a mayo de 2017, el volumen total de existencias en la campaña fue de 811.600 toneladas. ○

## PRODUCCIÓN COMUNITARIA

Por otra parte, a nivel comunitario, el aceite de oliva representó el 2,9% del valor de la Producción Vegetal final en 2016 y el 1,6% de la Producción Agraria final. El valor alcanzado por esta producción a efectos de calcular la renta agraria anual fue de 5.842 millones de euros, cifra que supuso un incremento del 20% respecto al valor del año 2016. La producción de aceite en la Unión Europea en la campaña 2016/2017 ascendió a algo más de 1,9 millones de toneladas, un 17% menos que en la campaña anterior, cuando se produjo un notable aumento de la producción. La bajada de la producción comunitaria fue consecuencia principalmente de los malos resultados en España.

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países



*La producción de aceite en la Unión Europea en la campaña 2016/2017 ascendió a algo más de 1,9 millones de toneladas, un 17% menos que en la campaña anterior, cuando se produjo un notable aumento de la producción*

productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia.

En la campaña 2017/2018, la UE produjo 2,17 millones de toneladas de aceite de oliva, un 13% más que en la campaña precedente.

Italia registró una producción de 428.900 toneladas, frente a las 182.300 toneladas de la campaña anterior. Grecia quedó con una producción de 364.000 toneladas (195.000 en la anterior) y Portugal 134.800 toneladas (69.400 toneladas en la campaña precedente). En el resto de los países las producciones de aceite de oliva fueron muy minoritarias.

Por su lado, el consumo para la UE durante la campaña 2016/2017 fue de 1,38 millones de toneladas, volumen ligeramente por debajo del consumo de la campaña anterior, que se estimó en 1,66 millones de toneladas, según el Comité Oleícola Internacional. Por su lado, para la campaña 2017/2018 se estima un consumo de 1,57 millones de toneladas, un 13% más.

Según el COI, el país que más consume es Italia (560.700 toneladas en la campaña 2017/2018), seguido de España y de Grecia. Entre los países no productores, destacan por su consumo Alemania y Reino Unido. ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español está compuesta por unos 400.000 olivicultores, 1.755 almazaras, 1.500 envasadoras y 22 refinerías, lo que muestra la importancia y magnitud del sector, convirtiendo a nuestro país en el líder mundial en la producción, comercialización y exportación de aceites de oliva con unas ventas medias de 1.400.000 toneladas al año. En la rama productora aparecen las Cooperativas Agro-alimentarias, la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores y la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos, mientras que la rama transformadora-comercializadora aparecen las Cooperativas Agro-alimentarias, INFAOLIVA, ANIERAC y ASOLIVA. Su grado de implantación en la rama productora llega al 86,7%, mientras que en la transformadora alcanza el 91%, en el comercio interior el 87,4% y en la exportación el 97,4%. En la base aparecen 2,5 millones de hectáreas de olivar, con 340 millones de olivos, que supone la mayor superficie de oliva del planeta. Andalucía acapara la mayoría de esa superficie, con el 80% del total. A continuación aparecen Castilla la Mancha (8%), Extremadura (5%) y Cataluña (3%). Las marcas de distribución acaparan el 66,4% de todas las ventas en volumen y algo más del 62,5% del total en valor, mientras que la primera oferta marquista lle-

## COMERCIO EXTERIOR

Nuestro país es el primer productor y exportador mundial de aceite de oliva. En la campaña 2016/2017 se alcanzaron unas exportaciones 954.100 toneladas de aceite, con un importante incremento interanual del 9,9%. Esta cifra es la segunda más importante de los últimos diez años, sólo por debajo de la registrada en la campaña 2013/2014 (1,15 millones de toneladas). El principal destino de las exportaciones españolas de aceite de oliva es Italia, con el 32,5% del total, seguida por Estados Unidos (13%), Portugal (10,4%), Francia (8,9%), Reino Unido (4,6%), China (3,5%), Japón (3,1%), Australia (2%) y Alemania (1,7%). El aceite de oliva español es exportado a más de 180 países. Un porcentaje significativo de las exportaciones se efectúa a granel. De todas formas, las exportaciones de envasado han aumentado su importancia de forma espectacular, habiéndose triplicado en los últimos 5 años y continuando su tendencia al

## PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Grupo Ybarra-Migasa	69.500
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur)	46.500
Urzante. S.L.	40.500
Deoleo, S.A. - Grupo	35.302
Sovena España, S.A.	86.695
Aceites Maeva, S.L.	32.000
DCOOP	6.740
Aceites Abril, S.L.	16.680
F. Faiges, S.L.	18.759
Aceites Toledo, S.A.	13.800

Datos de 2016

FUENTE: Alimarket Gran Consumo

ga al 10,4% y el 12,2% respectivamente, la segunda alcanza el 7,7% y el 8,4% y la tercera ronda el 5,3% en volumen y el 5,1% en valor. El principal grupo comercializador de aceite de oliva alcanza los 60 millones de litros anuales, el segundo registra unas ventas de 58,8 millones de litros y el tercero se sitúa en unos 40,5 millones de litros. La penetración de capitales internacionales en los grandes operadores del sector es muy significativa. ○

alza. Italia aparece como el principal mercado de destino del aceite a granel, mientras que Estados Unidos es nuestro principal cliente de aceite envasado. El principal grupo exportador de aceite de oliva de nuestro país llega hasta los 80,5 millones de litros, mientras que el segundo alcanza los 45 millones de litros y el tercero se acerca a los 41,6 millones de litros. Entre 33 millones y 20,1 millones de litros exportados aparecen otras cinco empresas.

Por lo que hace referencia a las exportaciones, éstas llegaron durante la última campaña hasta las 95.300 toneladas, lo que supuso una reducción interanual del 19%. El principal proveedor de aceite de oliva para el mercado español es Portugal, con el 44,5% del total, seguido a mucha distancia por Túnez (20,5%), Italia (13,3%), Siria (6,1%), Grecia (3,8%), Marruecos (3,5%), Argentina (3,2%), Francia (1,4%) y Australia (1%). ○



## CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 341,8 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.373,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 7,5 litros de consumo y 30,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de oliva no virgen (3,8 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 52,5%, con un total de 15,8 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 47,5% restante con un total de 14,3 euros por persona. ○

## CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL ACEITE DE OLIVA</b>	<b>341,8</b>	<b>7,5</b>	<b>1.373,3</b>	<b>30,1</b>
OLIVA VIRGEN	166,7	3,7	720,4	15,8
OLIVA VIRGEN EXTRA	114,2	2,5	510,8	11,2
RESTO ACEITE OLIVA	175,1	3,8	652,9	14,3

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en las grandes ciudades (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de menos de 2.000 habitantes.

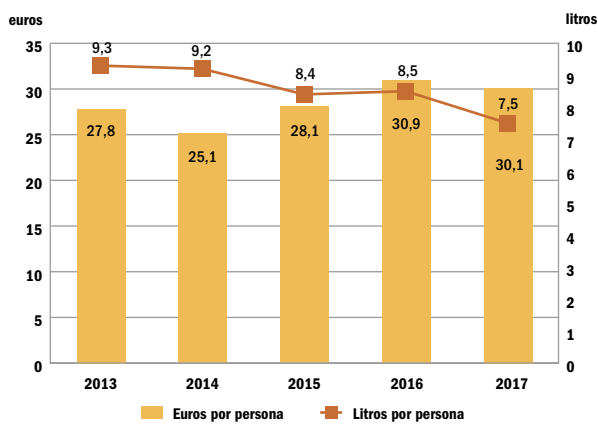


- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales y entre los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Cantabria y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva ha caído 1,8 litros por persona y el gasto se ha incrementado en 2,3 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (9,3 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (30,9 euros por consumidor).

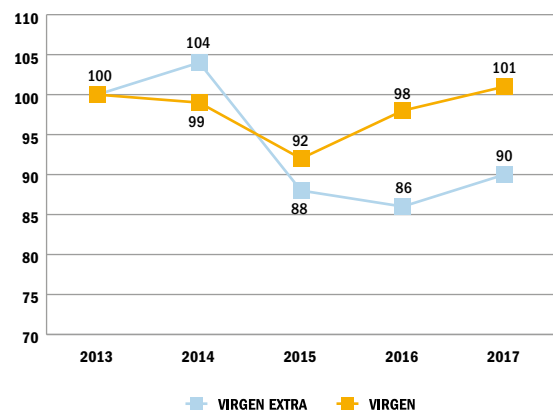
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITE DE OLIVA, 2013-2017



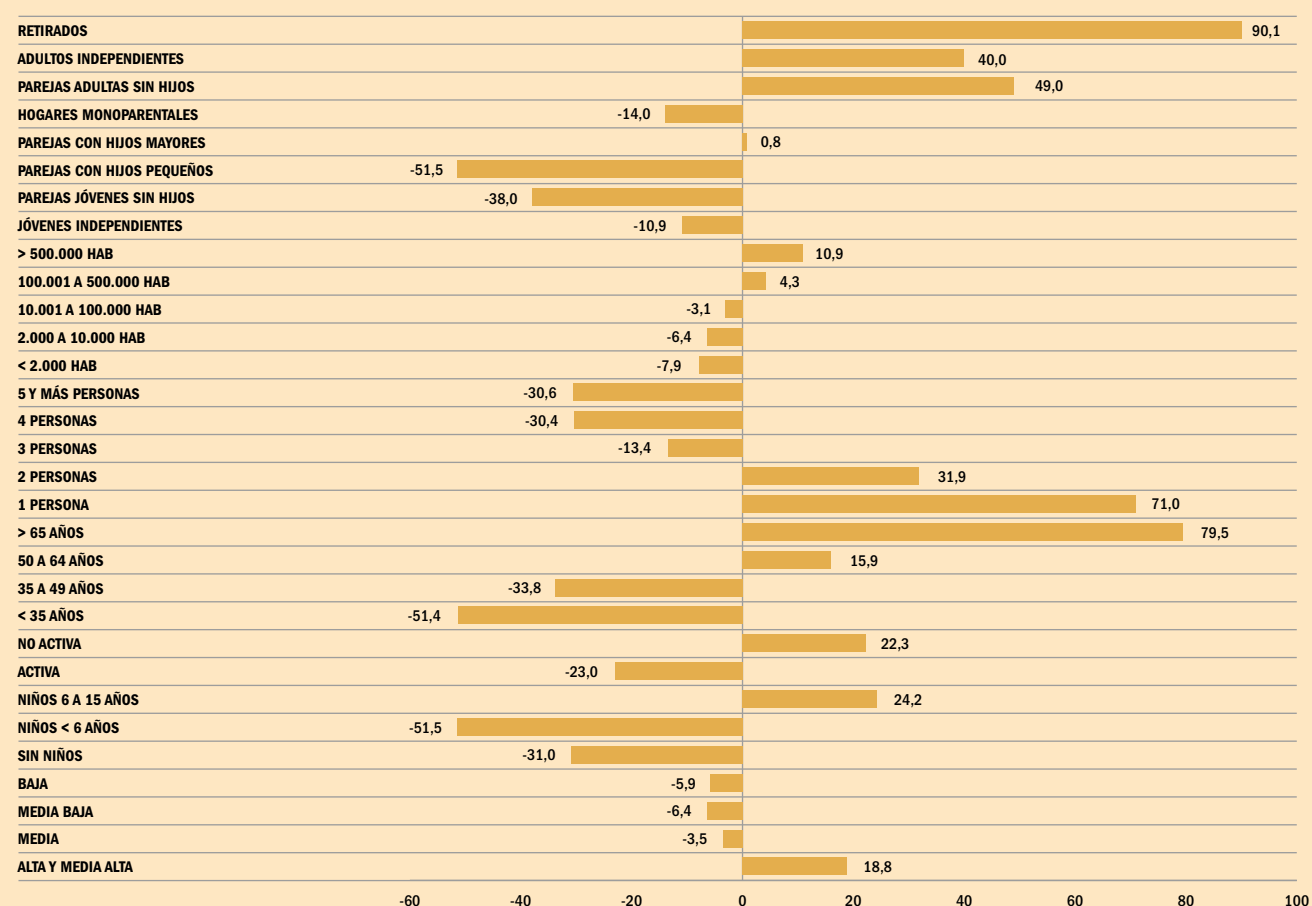
En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de aceite virgen extra experimenta un ligero aumento y, por el contrario, en aceite virgen se produce un descenso.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITE DE OLIVA (2013=100), 2013-2017

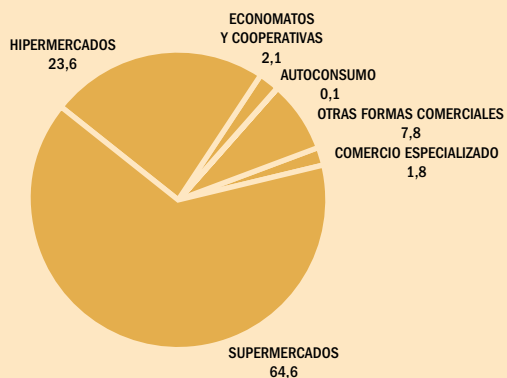


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 7,5 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (64,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 23,6%, mientras que los economatos y cooperativas concentran el 2,1%. El establecimiento especializado supone el 1,8%, el autoconsumo el 0,1% y las otras formas comerciales acaparan el 7,8% 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 ALDUDIA  
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ

## CATALUÑA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

LES GARRIGUES ◊  
 SIURANA ◊  
 OLI DE TERRA ALTA ◊ (ACEITE DE TERRA ALTA)  
 OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ ◊ (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)  
 OLI DE L'EMPORDÀ (ACEITE DEL EMPORDÀ) ◊

## COMUNIDAD VALENCIANA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA \*

## EXTREMADURA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE MONTERRUBIO ◊  
 GATA-HURDES ◊

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

## LA RIOJA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA RIOJA ◊

## MADRID

## MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE MADRID

## MURCIA

## MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVO

## NAVARRA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE NAVARRA ◊

## PAÍS VASCO

## EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



\* Denominación en tramitación

\*\*\*Protección Nacional Transitoria

◊ Inscrita en el Registro de la UE



## Aceite Campo de Calatrava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Denominación de Origen  
**Aceite Campo de Calatrava**

**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



de Teruel y Zaragoza.

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción amparada ocupa 37.000 hectáreas que se distribuyen entre 77 municipios de las provincias aragonesas

**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.

Acoje 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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de producción de aceite de oliva virgen de esta Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una superficie de 8.200 hectáreas de olivares distribuidas entre 16 términos municipales de la provincia de Badajoz.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites producidos en esta Denominación de Origen Protegida se elaboran en un 90% como mínimo con aceitunas de las variedades Cornezuelo, Picual o Jabato. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color entre amarillo y amarillo-verdoso, de gran estabilidad, de sabor frutado, aromático, almendrado y con sabor ligeramente amargo y picante.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador existen 2 cooperativas registradas que producen 24 millones de kilos anuales de aceituna, de los que se obtienen 5 millones de kilos de aceite y se comercializan 200.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

## Antequera<sup>®</sup>

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 olivicultores y 14 almazaras, que han comercializado más de 650.000 litros de Aceite de La Rioja con DOP en su última campaña, pero que podrían llegar al millón de litros en los próximos años.

## Baena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre siete municipios localizados al sur de la provincia de Córdoba, con Baena como principal centro oleícola.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picuda o Carrasqueña de Córdoba y, en menor medida, con Picual, Hojiblanca, Lechín, Chorrúa y Pajarero, que les imprimen un peculiar aroma y sabor frutado intenso, ligero, almendrado amargo, y un color de amarillo verdoso a verdoso dorado. Los aceites resultan de gran finura y personalidad y con alto contenido en ácido linoleico.

**DATOS BÁSICOS:** Se encuentran inscritos 8.100 oleicultores, 19 almazaras que producen una media anual de 40 a 50 millones de kilos de aceite, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra envasado, llevada a cabo por las 21 envasadoras inscritas, es de 9 millones de kilos, de los que se exportan el 50%.



### Estepa<sup>o</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción se extiende a 40.000 hectáreas por 12 municipios de la comarca natural de Estepa en la provincia de Sevilla y el margen izquierdo del término municipal de Puente Genil (Miragenil), en la provincia de Córdoba. La zona de

elaboración y envasado coincide con la zona de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes extra se elaboran básicamente con las variedades Hojiblanca, Manzanilla, Arbequina, Picual y Lechín, predominando la primera. Los aceites presentan aromas y sabor de fruta fresca y/o madura, que resultan ligeramente amargos y picantes y levemente dulces.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene registrados 4.500 oleicultores, 19 almazaras (17 cooperativas y 2 sociedades limitadas) y una gran empresa envasadora-comercializadora, que agrupa a 16 cooperativas. Más de 7 millones de olivos producen cerca de 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, de los que 3 millones de kilos se comercializan anualmente con DOP.

### Gata-Hurdes<sup>o</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de producción de aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una extensión de 30.300 hectáreas de olivares distribuidas entre 84 municipios

de las comarcas naturales de la Sierra de Gata, Hurdes, Tierras de Trasierra de Granadilla, Ambroz, Jerte y La Vera, en Cáceres.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites producidos se realizan exclusivamente a partir de la variedad autóctona Manzanilla Cace-reña. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color amarillo-oro, ligeramente picantes y poco amargos, con intensos frutados y gran estabilidad.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se encuentran registradas 4 almazaras y 4 empresas envasadoras. La producción media anual es de 500.000 kilos de aceite, de los que se comercializan 140.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

### Les Garrigues<sup>o</sup>

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 3 millones de kilos de aceite, de los cuales 1,5 millones de kilos corresponden a aceite de oliva virgen extra amparado por la DOP Les Garrigues.

### Montes de Granada<sup>o</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Consejo Regulador  
Denominación de Origen  
Montes de Granada

**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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de producción de aceite de oliva virgen se extiende sobre una superficie protegida de 30.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 103 municipios localizados en las provincias de Toledo y Ciudad Real.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes protegidos por la Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo se elaboran exclusivamente con la variedad de aceituna Cornicabra. El aceite virgen extra tiene un color que va desde el amarillo dorado hasta el verde intenso, de sabor denso en boca, resulta afrutado y aromático, y con regusto amargo y levemente picante.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida se encuentran registrados 6.000 oleicultores, 43 almazaras y 32 empresas envasadoras, que producen una media anual de 16 millones de kilos de aceite, de los que se comercializan más de 1 millón de kilos con DOP.

### Montoro-Adamuz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie amparada por la Denominación cubre 55.000 hectáreas de olivar, repartidas entre 7 términos municipales situados en pleno corazón de Sierra Morena, en la provincia de Córdoba.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades principales autorizadas son Picual (Nevadillo blanco) y Nevadillo negro, que producen aceites muy específicos, y en menor proporción se presentan otras como Picudo, Lechín y Carrasqueño. Los aceites de oliva virgen extra de la comarca amparada tienen un alto contenido en polifenoles y agentes antioxidantes naturales, además de una alta resistencia a la termo-oxidación. 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 l'Empordà<sup>®</sup> (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 1.300 hectáreas, más de 600 productores y 6 almazaras. La producción media anual es de 150 toneladas de aceite amparado por la DOP.

### Oli de Mallorca<sup>®</sup> (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 3.370 hectáreas, 1.320 productores, 10 almazaras y 18 envasadoras-comercializadoras. La producción media anual es de 300.000 kilos de aceite amparado por la DOP.

### *Oli del Baix Ebre-Montsià*®

*(Aceite del Baix Ebre-Montsià)*



DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de esta DOP abarca 49.000 hectáreas de olivares distribuidas en 14 términos municipales de la comarca del Baix Ebre y 12 términos municipales de la comarca del Montsià, ambos de la provincia de Tarragona.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites producidos en esta Denominación se elaboran con las variedades Morruda, 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 70.000 kilos, amparados por la DOP.

### *Poniente de Granada*®

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Abarca 71.000 hectáreas de 16 municipios de la comarca del Poniente de Granada, cuyos municipios principales son Algarinejo y Alhama de Granada.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites son multivarietales, procedentes de la combinación de al menos tres de las siguientes variedades: Hojiblanca, Picual, Picudo, Lucio o Illoreño, Nevadillo de Alhama de Granada y Loaime. Son aceites de baja acidez, altos contenidos en compuestos polifenoles, moderados contenidos en ácido oleico (77-80%) y linoleico (hasta 12%). El color varía en la gama del amarillo-verdoso al amarillo-dorado.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene registrados 5.500 oleicultores, 12 almazaras y 16 plantas envasadoras-comercializadoras. El volumen total de producción de aceite de las almazaras inscritas asciende a 11,7 millones de kilos, de los cuales 600.000 kilos se comercializan envasados con Denominación de Origen Protegida.

## Priego de Córdoba

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona protegida se extiende sobre una superficie de más de 29.628 hectáreas de olivar,

distribuidas entre cuatro municipios (Almedinilla, Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba) localizados en el Parque Natural de las Sierras Subbéticas, al sudeste de la provincia de Córdoba.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades utilizadas para elaborar nuestros aceites de oliva vírgenes extra son Picuda (60%), variedad autóctona de nuestra zona y, en menor proporción, Hojiblanca (20%) y Picual (20%). Los vírgenes extra certificados por nuestra D.O.P. Priego de Córdoba ofrecen un amplio abanico de posibilidades, desde gamas más maduras y dulces hasta nuestro producto "estrella", el más representativo: el aceite frutado verde intenso.

En nariz presenta matices herbáceos, recordando aromas frutales como la manzana y el plátano verde, y a hortalizas como el tomate y la alcachofa. Su entrada en boca te sorprenderá con un sabor dulce, que poco a poco va dando paso a un amargo medio muy agradable que te dará idea de los tonos verdes que posee, finalizando con un picante en progresión.

**DATOS BÁSICOS:** En la actualidad cuenta con 6.248 agricultores, 12 almazaras y 10 empresas envasadoras y comercializadoras, que producen una media de 12 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra según campañas. La comercialización media anual sobre los 2 millones de kilos, de los que el 25% se destina a la exportación.

## Sierra del Moncayo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción se encuentra situada al oeste de Aragón, ocupando el noroeste

de la provincia de Zaragoza formando una unidad morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, con más de 2.500 hectáreas de olivo para un total de 34 municipios.

**CARACTERÍSTICAS:** La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo presenta aromas claramente perceptibles afrutados de aceituna verde o madura y a frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas. Son aceites equilibrados, destacando la armonía del sabor amargo y picante. Agradables en boca y fáciles de tomar.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador cuenta con alrededor de 2.200 pequeños agricultores y 5 cooperativas, que producen una media anual que supera los 4,5 millones de kilos de aceituna que se traducen en 1 millón de litros de aceite, del cual se destina un 25% para certificar como DO.

## Sierra de Cádiz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida por esta Denominación de Origen Protegida es de 20.854 hectáreas de olivares que se localizan en 8 municipios de la provincia de Cádiz y 4 municipios de la provincia de Sevilla.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes extra se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona de producción que es la Lechín, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Alameño de Montilla, Hojiblanca, Manzanilla, Picual, Verdial, y Lechín de Sevilla, considerada la principal denominación, lo que da como resultado unos aceites de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,8 grados, color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, de gran estabilidad y de un amargor levísimo en boca.

**DATOS BÁSICOS:** Están registradas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 8 empresas envasadoras que producen 5 millones de kilos de aceite virgen extra al año, según campañas, lo que supone el 85% de toda la provincia de Cádiz.

## Sierra de Cazorla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de los aceites amparados por la DOP Sierra de Cazorla abarca los términos municipales de Cazorla, Chilluévar, Hinojares, Huesa, La Iruela, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada y Santo Tomé, con un total de superficie de olivar de 37.500 hectáreas, enclavados en el entorno del Parque Nacional de la Sierra de Cazorla, en la provincia de Jaén.

**CARACTERÍSTICAS:** Son necesariamente de las variedades Picual o Royal. Son aceites de oliva virgen extra de un verdor amarillento; de un intenso frutado de aroma fresco a hierba verde (césped, heno), agradable olor a "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<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción se extiende sobre una superficie que alcanza casi 12.000 hectáreas de olivar, en 7 comarcas de la provincia de Tarragona.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad Arbequina y en menor proporción con Royal y Morrut. Se establecen dos tipos de aceites vírgenes extra, según el momento de la recolección: Frutado, procedente de una recolección más temprana, de color verdoso, más cuerpo y sabor almendrado amargo, y Dulce, de recolección más tardía, de color amarillo, más fluido.

**DATOS BÁSICOS:** Se encuentran registrados más de 8.000 oleicultores, 35 almazaras y 37 empresas envasadoras que producen al año más de 5 millones de kilos de aceite virgen extra, y comercializan más de 4 millones de kilos con Denominación de Origen Protegida Siurana.





## ACEITUNA DE MESA

La aceituna de mesa es una drupa que contiene un principio amargo (oleuropeína), un bajo contenido en azúcares (de 2,6 a 6%, en contraste con el resto de las drupas que alcanzan el 12% o más) y un elevado contenido en aceite: desde el 12% al 30%, según el estado de madurez y la variedad de la aceituna. Todas estas características hacen que la aceituna sea un fruto que no se puede consumir tal como está en el árbol, sino que hay que someterlo a unos procesos que varían dependiendo de la variedad y de la zona geográfica donde se producen.

No obstante, algunas aceitunas se convierten en frutos dulces en el propio árbol al avanzar el proceso de maduración. La oleuropeína propia de la aceituna debe de ser eliminada por su fuerte sabor amargo, aunque no es perjudicial para la salud. En general, los frutos se someten a tratamientos con hidróxido sódico o potásico, salmuera o sucesivos lavados con agua, según los sistemas y hábitos locales de elaboración.

De la superficie total de olivar que hay en el mundo (unos 10 millones de hectáreas), más de un millón de hectáreas se dedican a la producción de aceitunas de mesa.

España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa. Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (ESYRCE), que publica el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), España contaba en 2017 con 2.650.801 hectáreas de olivar, de las que 154.978 hectáreas se dedican exclusivamente a la aceituna de mesa o de doble aptitud. El resto eran olivares destinados a la producción de aceituna para las almazaras.

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. ●

### PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

En la campaña 2016/2017 la producción nacional de aceituna de mesa fue de 596.300 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Las producciones situadas en Andalucía alcanzaron un total de 468.000 toneladas, lo que supone el 79% de la producción nacional. Extremadura produjo casi el 17% de la cosecha.



*De la superficie total de olivar que hay en el mundo (unos 10 millones de hectáreas), más de un millón de hectáreas se dedican a la producción de aceitunas de mesa. España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa*

Por su parte, la campaña 2017/2018 de aceituna de mesa comenzó el 1 de septiembre de 2017 con unas existencias de 364.610 toneladas, un volumen superior en un 7% al de la campaña anterior, en la que también aumentaron las existencias. La producción de aceituna de mesa de la campaña 2017/2018 (datos a mayo de 2018) fue de 563.310 toneladas, un 5,5% menos que en la campaña 2016/2017, que por otro lado también fue peor que la precedente.

Desde el inicio de la campaña en septiembre de 2017 hasta finales de mayo de 2018 se habían destinado a la exportación 263.440 toneladas y 126.780 se destinaron al mercado interior. La comercialización en conjunto (exportaciones más mercado interior) a finales de mayo de 2018 había disminuido un 5% con respecto a la campaña anterior.

Las existencias a 31 de mayo de 2018 ascendían a 526.680 toneladas, lo que supuso un incremento del 3% con respecto a la campaña pasada.

Por variedades, de la producción total más del 50% fue aceituna hojiblanca y un 40% manzanilla. El resto sumaban pequeños volúmenes de otras aceitunas de variedades minoritarias como la carrasqueña o la cacereña.

A nivel nacional, Andalucía produjo esta campaña el 79% de la cosecha nacional, un porcentaje ligeramente superior al de la anterior campaña. Igualmente, dentro de Andalucía, Sevilla fue 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 (17% del total en la última campaña, un porcentaje inferior al de la campaña pasada) y, a mucha distancia de éstas, Murcia y Aragón, con porcentajes que no llegan al 1%. En cuanto a precios percibidos por los agricultores, en el año 2017, éstos se situaron en una media de 70,27 €/100 kg, lo que supone un aumento de algo menos de 3 €/100 kilogramos respecto al precio del año anterior, según las estimaciones del Ministerio de Agricultura. ○

### IMPORTANCIA ECONÓMICA

El sector tiene una gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional, tanto por el número de empleos que genera como por su volumen de producción y exportación, liderando España el mercado mundial en ambos conceptos.

A este respecto, el sector de la aceituna de mesa genera anualmente más de 8.000 empleos directos, más de 6 millones de jornales por la recolección y el trabajo del cultivo del olivo, a los que hay que añadir los creados por las empresas y fábricas auxiliares como las de vidrio, hojalata, cartonaje, maquinaria, transportes, etc. Todas estas labores suponen aproximadamente el 27% del empleo generado por el sector nacional de conservas y preparados de productos vegetales. ○

### PRODUCCIÓN COMUNITARIA Y MUNDIAL

Después de España, los países con mayor producción de aceituna de mesa son Turquía, Egipto, Siria, Argelia, Argentina y Grecia. 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. En este sentido, de la producción comunitaria total corresponde a España casi el 75%.

A nivel Europeo, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2016/2017 ascendió a cerca de 842.000, un volumen inferior en un 5% al de la campaña precedente, según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI). La producción de la campaña 2016/2017 en la UE fue una de las más bajas de la última década.

Para la campaña 2017/2018, las previsiones de este organismo señalan que habrá un aumento de la cosecha comunitaria, hasta alcanzar unas 875.000 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 2017/2018 incrementó notablemente su producción (235.000 toneladas, 55.000 toneladas más que en la campaña precedente). El tercer país en producción es Italia, con 48.000 toneladas en la campaña 2017/2018 (unas 8.000 más que en la campaña anterior) y tienen también producciones de aceituna de mesa Portugal, Chipre, Francia y Croacia, pero su volumen de producción es considerablemente más bajo.

A nivel mundial, la producción prevista por el COI para la campaña 2016/2017 fue de 2,93 millones de toneladas, muy por encima de la producción de la campaña precedente. Después de la Unión Europea, el país que más aceituna de mesa produjo fue Egipto y el tercero Turquía.

Para la campaña 2017/2018, el COI estima que se producirán e el mundo 2,87 millones de toneladas y que Egipto reducirá su producción hasta las 500.000 toneladas (en la campaña 2016/2017 había alcanzado las 550.000 toneladas).

Además de la Unión Europea, Egipto y Turquía, otros países con grandes producciones de aceitunas de mesa son Argelia, Argentina y Marruecos. ○



## CONSUMO MUNDIAL

El consumo mundial de aceitunas de mesa no deja de crecer en las últimas décadas, tanto en países productores como en los que no lo son. El país que más aceituna consume es Albania, con 10,7 kilos por habitante al año. También son grandes consumidores de aceitunas Argelia, Turquía y Líbano.

A menor escala, también son grandes consumidores Siria, Rusia, Argelia, Brasil, Irán, Marruecos, Jordania y Canadá. En la UE, el crecimiento del consumo es inferior a la media, pero también es positivo. España es el primer país de la UE-28 en consumo de aceituna, seguida de Chipre, Malta y Grecia.

Por otro lado, según los datos del COI el consumo de aceituna de mesa a nivel mundial para la campaña 2016/2017 se fijó en 2,77 millones de toneladas, un volumen superior en un 11% al de la campaña anterior. Para la campaña 2017/2018, el consumo se estima en 2,74 millones de toneladas, ligeramente más bajo que el de la campaña anterior.

Mientras, en la UE-28 el consumo de aceituna de mesa sigue creciendo. En la campaña 2016/2017 se situó, según el COI, en 598.500 toneladas y en 2017/2018 alcanzó las 600.500 toneladas, el volumen más alto de los últimos cinco años.

Por su lado, en España según el Panel de Consumo Alimentario, el consumo en los hogares de aceitunas de mesa en 2017 aumentó un 6,7%. Para hostelería y restauración no hay datos disponibles desde 2011.

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. ○

## 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 de aceituna de mesa del mundo, con gran diferencia respecto al resto.

En concreto, España exporta cerca del 30% del total, por delante de Egipto, Grecia y Argentina, que son otros tres países que exportan 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 2017 (datos de todo el año natural, no sólo de la campaña

de comercialización, que incluyen los del comercio con la UE) las exportaciones de aceitunas de mesa de España, incluyendo los envíos a los países de la Unión Europea, alcanzaron la cifra de 308.372 toneladas (peso neto escurrido), con un valor de 740 millones de euros

Las exportaciones españolas en 2016 experimentaron un descenso del 7,24% respecto al año 2016. De las exportaciones totales, el 48% fueron a la Unión Europea y el 28% a Norteamérica, principalmente a Estados Unidos. También son importantes las ventas a Países Árabes, que supusieron en 2017 el 10% del total.

En todas estas áreas geográficas disminuyeron las ventas de aceituna española. Así, con respecto al año 2016, en 2017 bajaron un 13,8% las exportaciones a la UE, un 6% a Norteamérica y un 1,22% a los Países Árabes. En sentido contrario, subieron las exportaciones a los Países del Este y Balcánicos (un 12,6%), a América central y a América del Sur. En total, España exporta aceitunas de mesa a más de 180 países. El principal destino es Estados Unidos (23,7%), seguido de Italia, Francia y Alemania. El resto de países que completan las diez primeras posiciones son, por este orden, Rusia, Arabia Saudí, Portugal, Reino Unido, Canadá y Polonia.

Por variedades, las aceitunas que más se exportaron son hojiblanca (cerca de la mitad de las ventas totales) y manzanilla (36%, aunque va ganando peso de año en año). Más de la mitad de la aceituna exportada es verde y el resto negra. Por su lado, en cuanto a las presentaciones de las aceitunas, predominan las rodajas (más del 30%) y las rellenas (cerca del 30%)

Al disponer de aceitunas de gran calidad y en cantidad suficiente, la importación nunca ha sido relevante en este sector. Sin embargo, en algunas campañas la cifra de importación ha crecido respecto a otras, lo que se explica por la preocupación por parte de la industria en encontrar aceitunas a precios competitivos. ○

## COMERCIO MUNDIAL

Respecto al comercio mundial, según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) la exportación media mundial de las últimas 5 campañas, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó las 644.300 toneladas (peso neto escurrido). España es el primer país exportador de aceituna de mesa, seguido a gran distancia por Egipto, Marruecos, Turquía, Grecia, Argentina, Perú, Siria, Portugal y Estados Unidos. ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Aunque tradicionalmente el sector empresarial de la aceituna de mesa estaba formado por un gran número de pequeños y medianos operadores, durante los últimos tiempos se han producido una fuerte modernización que ha provocado la consolidación de algunos grandes grupos, de capital básicamente español, y con fuerte estrategias de internacionalización. La principal empresa del sector tiene unas ventas de 70.000 toneladas anuales y una facturación de 176 millones de euros, mientras que la segunda llega a las 63.400 toneladas y los 134 millones de euros y la tercera se sitúa en 60.100 toneladas y más de 99 millones de euros. Un 43% de todas las envasadoras de aceitunas se encuentra radicado en Andalucía, seguida por Extremadura (13%). El sector en su conjunto genera algo más de 8.000 puestos de trabajo directos. ○

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen una alternativa fundamental para el mantenimiento de los actuales niveles de producción del sector de la aceituna en España. Nuestro país es el principal productor y exportador de aceitunas de mesa en el mundo y las demandas internas son completamente insuficientes para absorber el exceso de oferta. Alrededor de un 65% de toda la producción española de aceitunas de mesa se comercializa fuera de nuestras fronteras. Entre 2011 y 2016, las exportaciones españolas de aceitunas han acaparado el 30% del total mundial. A bastante distancia aparecen Egipto (14%), Marruecos (11%), Turquía y Argentina (10% en cada caso), Grecia (9%), Perú (5%), Siria (3%) y Portugal (2%). Durante el último ejercicio computado, se exportaron alrededor de 332.300 toneladas de aceitunas, un 4% menos que en el año anterior. Ese mal dato se ha visto compensado, en parte, porque las partidas exportadas han tendido a ser las de mayor valor, básicamente aceitunas envasadas, lo que ha permitido que el valor de ese comercio exterior se incrementase en un significativo 6,5%, hasta superar los 760 millones de euros. Dentro de las exportaciones, destacan las aceitunas de variedad hojiblanca y las rellenas de pimienta. El principal destino de las exportaciones españolas de aceituna de mesa es Estados Unidos, con unas 78.645 toneladas, seguidos por Italia (32.770 toneladas), Alemania (28.140 toneladas), Francia (24.225 toneladas), Arabia Saudí (18.050

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS Y ENCURTIDOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Sovena España, S.A. *	700,00
Borges Agricultura & Ind. Edible Oils, S.A. *	460,00
F.J. Sánchez Sucesores, S.A. *	240,00
Urzante, S.L. *	223,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	206,90
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	200,00
Agro Sevilla Aceitunas Soc. Coop. And. - Grupo *	180,00
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. *	142,94
Aceituna Cazorla, S.L.	110,00
Aceitunas Guadalquivir, S.L.	100,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

toneladas), Rusia (17.550 toneladas), Portugal (16.490 toneladas), Reino Unido (15.870 toneladas), Canadá (8.940 toneladas), Polonia (7.770 toneladas), México (5.920 toneladas), Brasil (5.290 toneladas), Suecia (5.150 toneladas), Holanda (4.600 toneladas) y Emiratos Árabes (4.240 toneladas). En el pasado ejercicio, dos aceituneras de California han presentado una denuncia contra empresas españolas por “dumping” en la venta de aceitunas negras en Estados Unidos, lo que ha puesto en peligro un mercado de unas 32.000 toneladas y 70 millones de euros anuales. Esta situación amenaza de manera muy grave al conjunto del sector exportador español de aceitunas de mesa. Por lo que hace referencia a las importaciones, su importancia es pequeña y rondan las 5.000 toneladas anuales. ○





## CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 115,2 millones de kilos de aceitunas y gastaron 334,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,5 kilos de consumo y 7,3 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 34,2% del gasto, con un total de 2,5 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 17,8% y un total de 1,3 euros por persona al año. ○



## CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL ACEITUNAS</b>	<b>115,2</b>	<b>2,5</b>	<b>334,6</b>	<b>7,3</b>
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	25,2	0,6	59,9	1,3
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	19,2	0,4	45,2	1,0
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	47,4	1,0	114,4	2,5
RESTO ACEITUNAS	23,3	0,5	115,1	2,5

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2016 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de aceitunas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceitunas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceitunas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceitunas, mientras que los índices

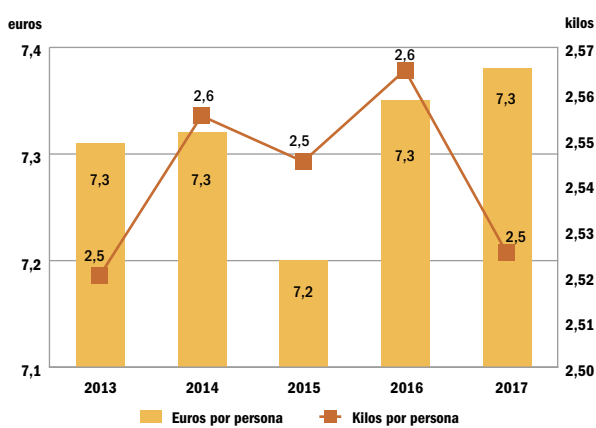
se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceitunas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 1.0 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Galicia y Navarra. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de aceitunas se ha mantenido estable. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2014 y 2016 (2,6 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2013, 2014, 2016 y 2017 (7,3 euros por consumidor).

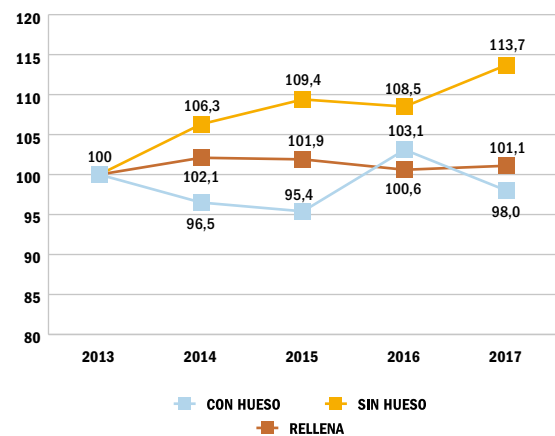
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITUNAS, 2013-2017\*



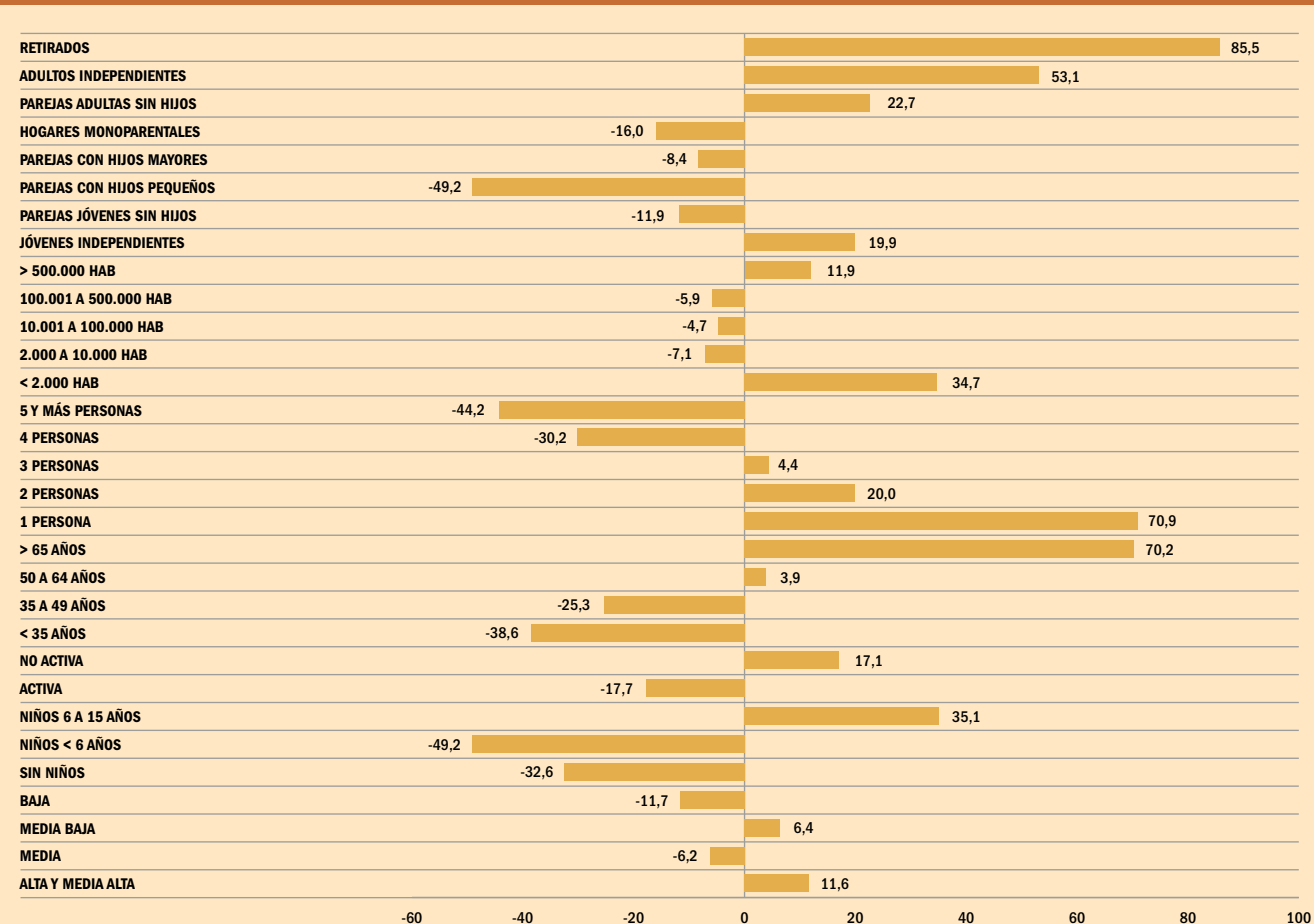
En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de aceitunas sin hueso y de aceitunas rellenas ha aumentado, mientras que en las aceitunas con hueso se ha producido un descenso.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITUNAS (2013=100), 2013-2017

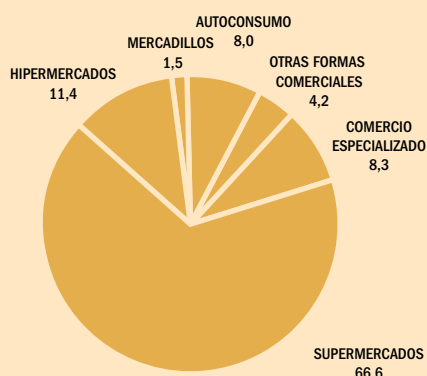


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITUNAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 2,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (66,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 11,4% y los establecimientos especializados llegan al 8,3%. El autoconsumo representa una cuota del 8% y los mercadillos acaparan el 1,5%. Otras formas comerciales suponen el 4,2% restante. ○





### CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 24,1 millones de kilos de encurtidos y gastaron 81,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,5 kilos de consumo y 1,8 euros de gasto. ○

#### CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL ENCURTIDOS</b>	<b>24,1</b>	<b>0,5</b>	<b>81,8</b>	<b>1,8</b>

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de encurtidos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de encurtidos es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años el consumo de encurtidos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de encurtidos, mientras que los indi-

ces se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de encurtidos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas y jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Región de Murcia y Navarra presentan los mayores consumos de encurtidos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Extremadura y Galicia. ○

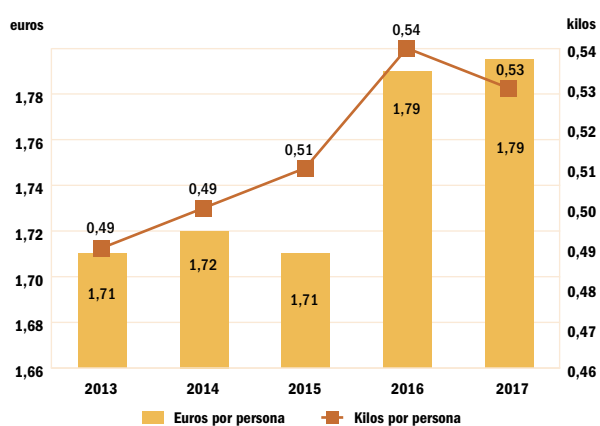




### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha subido 0,04 kilos por persona y el gasto se ha mantenido estable, con ligeras variaciones. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2016, con 0,54 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2016 y 2017 con 1,79 euros por consumidor.

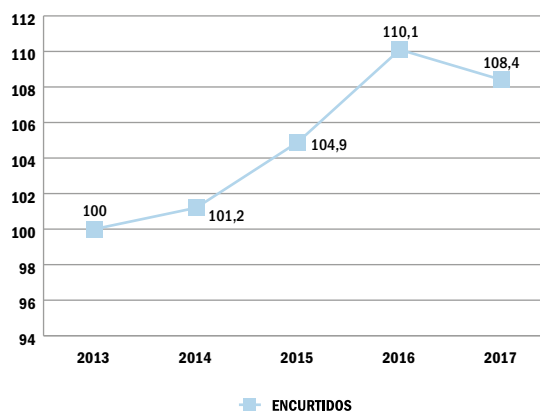
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2013-2017



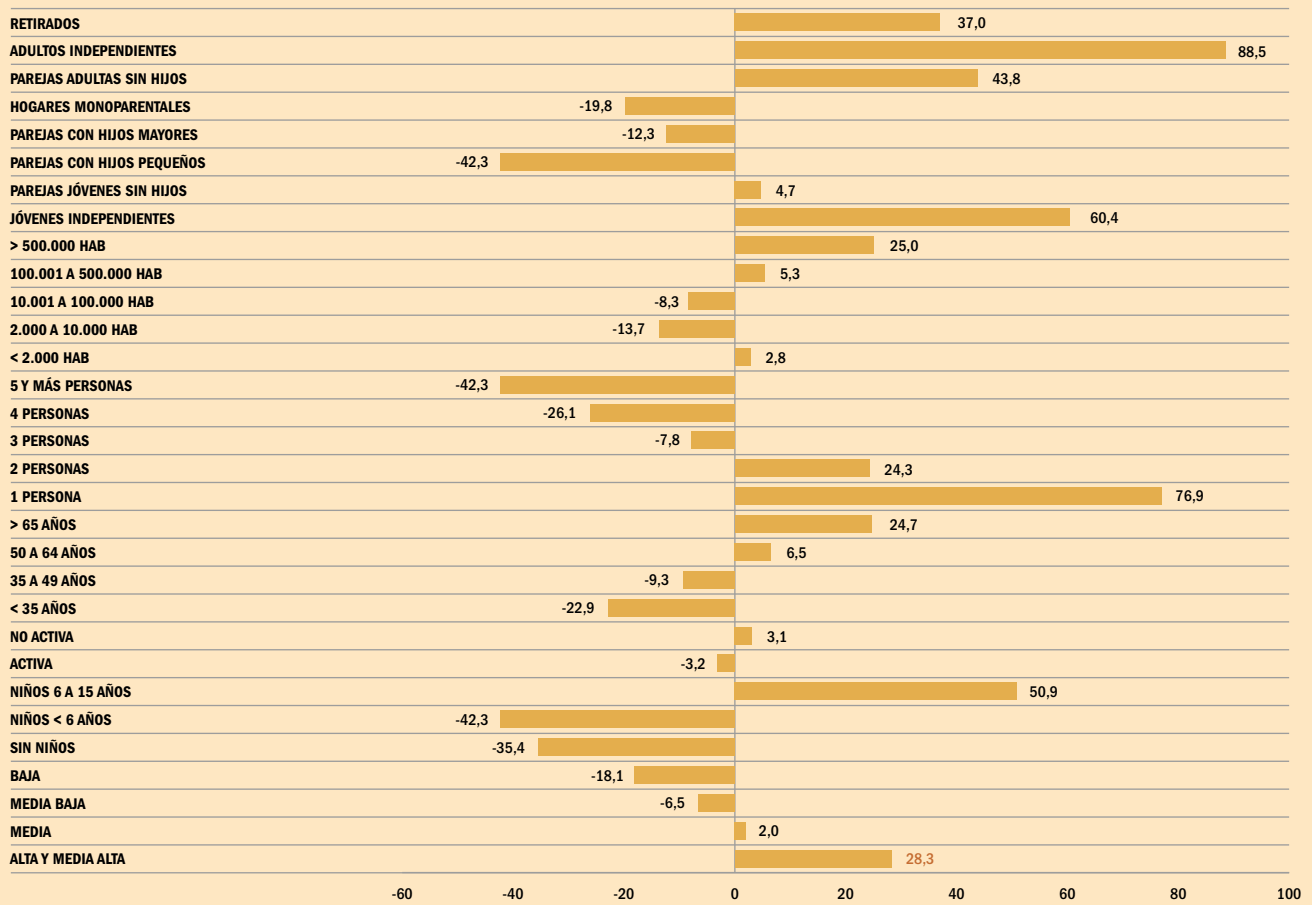
En el periodo 2013-2017 y respecto a la demanda de 2013, el consumo de encurtidos ha seguido un régimen ascendente hasta el año 2016, produciéndose un pequeño descenso en el ejercicio 2017.



#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ENCURTIDOS (2013=100), 2013-2017

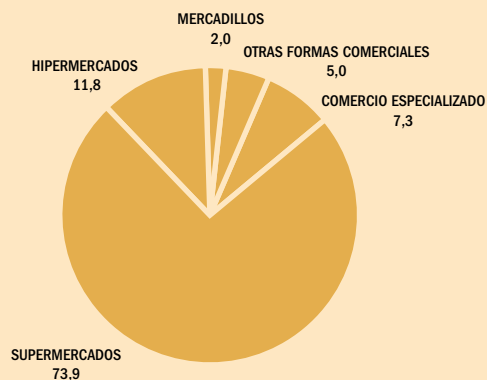


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ENCURTIDOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 0,5 kilos por persona.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ENCURTIDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (74% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 11,8% y los establecimientos especializados llegan al 7,4%. Los mercadillos representan el 2,2% y otras formas comerciales suponen el 4,6% 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, Álor, Alozaina, Ardales, El Burgo, Carratraca, Cártama, Casarabonela, Coín, Guaro, Málaga, Monda, Pizarra, Ronda, Tolox, Valle de Abdalajís y Yunquera, con una superficie total de 230.500 hectáreas. Se sitúa en la comarca, natural del Guadalhorce, incluida dentro del dominio de las cordilleras Béticas.

**CARACTERÍSTICAS:** Se trata de una aceituna de mesa aliñada obtenida del fruto del olivo de la variedad aloreña. Con un calibre de entre 140-260 mm se considera una aceituna muy apreciada. La recolección debe ser manual, ya que es una aceituna muy sensible a los golpes y se daña fácilmente; una vez recolectadas, las aceitunas son partidas y puestas en salmuera. Tras unos días en esta salmuera, las aceitunas están listas para aliñarse con los aliños típicos de la zona: hinojo, tomillo, ajo y pimiento, que le dan ese característico aroma y sabor. La Denominación de Origen reconoce tres productos diferenciales según su grado de fermentación y amargor: aceitunas verdes frescas, tradicionales y curadas.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas unas 2.000 familias recolectoras, con una superficie de unas 21.000 hectáreas de olivar que producen unos 25.000.000 de kilos anuales, de los cuales se han aderezado unos 8.000.000 de kilos.

\* Denominación en tramitación

\*\*\*\*Protección Nacional Transitoria

## OLEAGINOSAS

Las principales especies de oleaginosas cultivadas en España son el girasol (familia de las compuestas), la colza y nabina (familia de las crucíferas) y, menos representativas, la soja (familia de las leguminosas), la camelina (familia de las crucíferas) y el cártamo (familia de las compuestas).

La producción española de semillas oleaginosas representa aproximadamente el 4% de la producción de la Unión Europea, con cuotas que van desde el 10% en el caso del girasol, al 0,4% en el de la colza.

De todas estas producciones oleaginosas, la que más superficie ocupa es el girasol, que se cultiva sobre todo en el secano y como alternativa al cereal.

La campaña de comercialización de estos sectores comprende desde el 1 de julio, al 30 de junio del año siguiente.

En España la producción de semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), registró en 2016 un cambio de tendencia después de varias campañas en retroceso. En 2017, a pesar de la sequía que afectó seriamente a todo el país, estos cultivos continuaron creciendo. Así, entre girasol, colza y soja se superaron en 2017 los 1,03 millones de toneladas, un volumen superior en un 3% al cosechado un año antes.

Este incremento fue posible gracias principalmente a la evolución de la cosecha de girasol, que es con mucha diferencia el cultivo oleaginoso más importante en España.

Así, en 2017 la cosecha de girasol llegó hasta 887.000 toneladas, un 15% más que en 2016. Por su lado, la colza registró un retroceso del 37% después de que el cultivo se disparara un año antes. Al final, se recogieron 141.900 toneladas. En los últimos años, la colza ha experimentado un gran desarrollo, especialmente en el centro del país.

Por su lado, la producción nacional de soja, que es muy minoritaria, fue en 2017 la que más creció de manera porcentual. En concreto, se produjeron unas 4.800 toneladas, un 60% más que en la campaña anterior. ●

### BALANZA COMERCIAL DEFICITARIA

En cuanto al comercio exterior, el sector de las oleaginosas tiene un marcado carácter importador, con grandes variaciones mensuales, si bien en los últimos años las importaciones han ido descendiendo. El grueso de las importaciones de estas semillas (cerca del 80%), procede de países terceros.

Por su lado, las exportaciones de España también se dirigen mayoritariamente a países terceros, aunque el porcentaje no es tan grande como el de las importaciones.

El subgrupo habas de soja representa el 67% en valor del total de las importaciones del grupo de oleaginosas. En 2017 se incrementaron las compras en volumen de habas de soja, hasta alcanzar los 3,4 millones de toneladas frente a los 3,1 millones del año anterior. Las exportaciones de haba de soja, fueron prácticamente testimoniales.

Asimismo, las importaciones del subgrupo semillas de girasol, que representan el 9% en valor de todas las compras de oleaginosas se mantuvieron. Según datos de Aduanas,

#### PRINCIPALES PRODUCCIONES OLEAGINOSAS (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
COLZA	105,6	149,4	225,0	141,9
GIRASOL	952	769,2	772,0	887
SOJA	2,4	4,1	3,0	4,8
<b>TOTAL</b>	<b>1.060</b>	<b>922,7</b>	<b>1.000</b>	<b>1.033,7</b>

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	40.030	40.510	45.750	46.100
UE-28	9.268	7.882	8.578	10
<b>ESPAÑA</b>	<b>952</b>	<b>769,2</b>	<b>772,0</b>	<b>887</b>

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GIRASOL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	265,4	249,3	405,7
ARAGÓN	10,1	21,3	20,2
CASTILLA Y LEÓN	283,2	256	281
CASTILLA-LA MANCHA	143,3	160,8	142,4
EXTREMADURA	21,5	21,3	18,8
NAVARRA	9	6,7	7
OTRAS CC.AA.	37	57	12
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>769,2</b>	<b>772,0</b>	<b>887</b>

FUENTE: MAPA



se importaron 461.900 toneladas, prácticamente la misma cantidad que un año antes. ○

## OLEAGINOSAS EN LA UE

La producción de cultivos oleaginosos en la Unión Europea durante el año 2017 alcanzó un valor de 11.231 millones de euros, un 7% más que en 2016, según datos de la Comisión Europea publicados a efectos de calcular la renta agraria. El valor generado por estos cultivos representó el 5,7% de la Producción Vegetal final, así como también el 3% de la Producción Agraria final.

Alrededor de dos tercios de las semillas oleaginosas que se consumen en la UE cada año son de producción propia, pero la UE importa también cerca de la mitad de las harinas de semillas oleaginosas utilizadas anualmente en la alimentación animal.

En el conjunto de los 28 Estados Miembros la producción de oleaginosas en el año 2017 superó las 34.900 toneladas, un 12% más que en el año anterior. La mayor cosecha fue la de colza, seguida de la de girasol.

En concreto, la producción de girasol aumentó un 18% y se situó en 10.300 toneladas. La UE es el tercer productor mundial de girasol, detrás de Ucrania y Rusia. Dentro de la UE, Rumania es el primer productor comunitario seguido de Bulgaria, Francia y Hungría. España ocupa el cuarto o quinto puesto en el ranking comunitario dependiendo de factores climatológicos, fundamentalmente la sequía, ya que en relación con la superficie cultivada ocupa el tercer puesto, por detrás de Rumania y Bulgaria.

Por su lado, la producción comunitaria de soja se situó en 2,8 millones de toneladas, un 12% más según la Comisión Europea. La superficie de soja en la UE es muy reducida y la mitad de la producción se localiza en Italia.

Finalmente, la producción de colza ascendió a 21.800 toneladas, un 9% más que en la campaña 2016. Francia, con más de 5.300 toneladas en 2017, es la mayor productora de la UE, seguido de Alemania y del Reino Unido.

Además de estas producciones oleaginosas, en la UE se cosecha también lino oleaginoso (linaza). En este cultivo sí se aprecia un cierto retroceso en los últimos años.

En la Unión Europea existe un déficit de suministro externo de tortas de oleaginosas, que junto con las harinas de pescado contribuyen al suministro de los productos proteicos consumidos por la extensa ganadería comunitaria.

PRODUCCIONES DE COLZA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2014	2015	2016	2017
MUNDO	71.710	70.050	73.100	73.900
UE-28	24.266	21.811	19.685	21.800
<b>ESPAÑA</b>	<b>105,6</b>	<b>149,4</b>	<b>225,0</b>	<b>141,9</b>

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2015	2016	2017
ARAGÓN	10,6	8	8,3
CASTILLA Y LEÓN	59,3	112,1	40,3
CASTILLA-LA MANCHA	16,7	25,5	22
CATALUÑA	31,7	32,2	25
NAVARRA	16,6	16,1	13,3
OTRAS CC.AA.	14,5	31	33
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>149,4</b>	<b>225,0</b>	<b>141,9</b>

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE SOJA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2014	2015	2016	2017
MUNDO	318.250	312.850	346.900	340.900
UE-28	1.834	2.371	2.481	2.800
<b>ESPAÑA</b>	<b>2,4</b>	<b>4,1</b>	<b>3,0</b>	<b>4,8</b>

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE SOJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2015	2016	2017
CASTILLA Y LEÓN	0,7	0,8	0,8
CASTILLA-LA MANCHA	0,1	0,1	0,1
EXTREMADURA	3,1	1,8	2,7
OTRAS CC.AA.	0,2	0,3	1,2
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>4,1</b>	<b>3,0</b>	<b>4,8</b>

FUENTE: MAPA

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)				
IMPORTACIONES	2014	2015	2016	2017
HABAS DE SOJA	3.462,7	3.576,7	3.173	3.395,7
SEMILLAS DE GIRASOL	427,1	376,3	460,3	461,9
HARINA DE SOJA	78,3	29,5	36,8	42,9

FUENTE: DG Aduanas

***A nivel mundial, la producción de girasol, soja y colza supone en torno al 80% de la producción de semillas oleaginosas y el 20% restante corresponde a las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.***

***En 2017, la producción mundial de semillas oleaginosas se elevó por encima de los 461 millones de toneladas***

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 2017 importó 4,2 millones de toneladas de colza; 13.700 toneladas de soja y 500.000 toneladas de girasol. En todos los casos, cifras más bajas que en el año precedente. A estas cantidades se suman las importaciones de aceites oleaginosos, especialmente de soja, que sumaron 23.000 toneladas más.

Las exportaciones comunitarias tanto de semillas como de aceites, llegaron a los dos millones de toneladas. ○

#### **OLEAGINOSAS EN EL MUNDO**

A nivel mundial, la producción de girasol, soja y colza supone en torno al 80% de la producción de semillas oleaginosas y el 20% restante corresponde a las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

En 2017, la producción mundial de semillas oleaginosas se elevó por encima de los 461 millones de toneladas, un volumen inferior al del año precedente debido a la caída de la producción de soja.

En este sentido, la mayor parte de esta producción mundial de oleaginosas correspondió a la cosecha de soja (341 millones de toneladas), que resultó inferior a la del año precedente en un 2%. La utilización principal de la soja es la fabricación de piensos para la alimentación animal. Por el contrario, fueron superiores a las del año 2016 las producciones mundiales de colza (73 millones de toneladas, un 4% más) y de girasol (46,1 millones de toneladas, un 1% más). Por países, Estados Unidos volvió a liderar la producción mundial de oleaginosas, con más de 123 millones de toneladas de las que más del 90% correspondieron a la cosecha de soja (119,5 millones de toneladas en el año 2017).

Por detrás de Estados Unidos destacan gracias a su producción de soja Brasil (con 113 millones de toneladas en 2017) y Argentina (con casi 47 millones de toneladas en 2017), y en menor medida, China (14,2 millones de toneladas).

En cuanto a la colza, el ranking de producción mundial lo lidera la Unión Europea, pero también son importantes las producciones de Canadá (21,5 millones de toneladas en 2017) y China (14,4 millones de toneladas).

Asimismo, en girasol los países que lideran la producción a nivel mundial son Ucrania (15,2 millones de toneladas en 2017), Rusia (con 10,9 millones de toneladas en 2017), la Unión Europea y en menor medida, Argentina (3,4 millones de toneladas). ○

#### **CARACTERÍSTICAS DE LAS OLEAGINOSAS.**

Se denominan oleaginosas a una serie de plantas de cuya semilla se puede obtener aceite. El principal destino de estas plantas es la producción de aceite para consumo humano, pero también se destinan a la producción de piensos animales por su aporte de proteínas y a la producción de aceites industriales.

La planta oleaginosa más cultivada en el mundo es la soja, pero también son importantes las plantaciones de colza y girasol. Asimismo, también se consideran cultivos oleaginosos 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. ○

## ACEITES DE SEMILLAS

El mercado de aceites de semillas en nuestro país mantiene un fuerte ritmo de crecimiento, liderado de una forma cada vez más clara por el aceite de girasol. Durante el pasado año se vendieron en España alrededor de 303 millones de litros de aceite de girasol, con un crecimiento del 22% con respecto a las cifras del ejercicio precedente, superando ya las ventas de aceites de oliva vírgenes y refinados. Los aceites de mezcla de semillas, por el contrario, perdieron importancia, con una reducción interanual del 44%, quedando en unos 43,2 millones de litros. Con mucha menos importancia aparecen los aceites de soja, con algo más de 1,3 millones de litros, un 9,4% menos en el año precedente, y de maíz, por debajo de los 1,1 millones de litros (-17,8%). Las ventas totales de aceites de semillas alcanzaron durante 2017 los 347,9 millones de litros, lo que supuso un significativo incremento del 6,5%. Esta cifra supone un récord absoluto y muestra la importancia que estos productos tienen para los consumidores españoles.

El valor de todo este mercado en el libreservicio superó los 208,5 millones de euros, un 2,1% menos que el año anterior,



aunque en volumen las ventas crecieron un 5%. Los precios medios de los aceites de girasol y otras semillas se redujeron en torno a un 6%.

Por lo que hace referencia al mercado de los aceites de semillas para la industria, destaca la importancia del aceite de palma, que no se encuentra disponible en el canal de alimentación. Durante el último ejercicio computado su mercado creció en un 1,7%, hasta rondar los 445 millones de litros. Por lo que parece, las demandas más importantes de este aceite se concentran en los sectores de biocombustibles, cosmética y piensos compuestos. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de aceites de semillas se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos, entre los que aparecen algunas filiales de importantes compañías multinacionales. El comercio exterior constituye un elemento clave para la sostenibilidad de estos grandes operadores.

Las marcas de distribución son hegemónicas en el mercado de aceites de semillas, con cuotas del 81,2% del total en volumen y del 75,5% en valor. La primera oferta con marca propia llega hasta el 4,8% y el 6,8% respectivamente, mientras que la segunda ronda el 2,4% en volumen y el 3,4% en valor. El grupo líder del sector es el proveedor de la principal cadena de distribución alimentaria de nuestro país y ha sido su apuesta por el aceite de girasol la que ha provocado una variación significativa de los volúmenes de negocio de todo este mercado. Registra una cifra de producción de 79 millones de litros, de los que el 88,6% está compuesto por aceite de girasol. La segunda empresa llega a los 45,4 millones de litros (94,7% de aceite de girasol), mientras que la tercera se

sitúa en 35,4 millones de litros (86,7% de aceite de girasol), la cuarta llega a los 33 millones de litros (96,9% de aceite de girasol) y la quinta alcanza los 32,5 millones de litros (92,3% de aceite de girasol). ○

#### PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	73.400
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	38.445
Grupo Ybarra-Migasa	33.052
F. Faiges, S.L.	31.405
Urzante, S.L.	32.500
Aceites Abril, S.L.	27.873
Deoleo, S.A.	17.688
Cargill, S.L.	15.000
Grupos Borges	9.148
Aceites Toledo, S.A.	8.600

Datos de 2015

FUENTE: Ailmarket Gran Consumo

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de aceites de semillas han crecido de una forma muy notable durante los últimos años y constituyen en la actualidad un elemento esencial para la supervivencia del sector. Durante el pasado año rondaron las 280.600 toneladas, con un importante incremento interanual del 18,1%. Por partidas, la del aceite de girasol es



la más importante, con el 56,3% del total. A mucha distancia se sitúan los aceites de maíz (22%), de soja (13,1%) y de otras semillas (8,6%). El principal mercado de destino de estas exportaciones es Francia, con el 17,3% del total, seguida por Portugal (16,6%) y Sudáfrica (15,1%). A bastante distancia se sitúan Marruecos (5,2%), Corea del Sur (4,6%), Turquía (3,6%), Bélgica y Túnez (3,4% en cada caso), Italia (2,8%), Libia (2,3%), Arabia Saudí y Nueva Zelanda (2,1%) e Israel (1,6%).

Las exportaciones de aceites de semillas, por su parte, llegaron hasta 136.400 toneladas, un 11% más que en el ejercicio anterior. En este caso, son los aceites de otras semillas los más importantes, con el 63,6% del total, seguidos por los de girasol (33,1%), maíz (1,9%) y soja (1,4%). Holanda aparece como nuestro principal proveedor, con el 23,1% del total. A continuación se sitúan Indonesia (20%), Francia (16,2%), Costa de Marfil (15,3%), Malasia (7,8%), Portugal (7,6%), Bélgica (3,4%), Ghana (2,8%) e Italia (1%). ○

## CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 193 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 230,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 4,2 litros de consumo y 5,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,7 litros por persona y año), seguido del aceite de semilla (0,3 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 78,4%, con un total de 4 euros por persona, seguido del aceite de semilla, con un porcentaje del 11,8% y un total de 10,6 céntimos de euro por persona al año.



### CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL OTROS ACEITES</b>	<b>193,0</b>	<b>4,2</b>	<b>230,8</b>	<b>5,1</b>
ACEITE DE GIRASOL	170,5	3,7	184,2	4,0
ACEITE DE MAIZ	0,7	0,0	1,2	0,0
ACEITE DE SOJA	0,0	0,0	0,0	0,0
ACEITE DE SEMILLAS	15,3	0,3	29,1	0,6
ACEITE DE ORUJO	6,5	0,1	16,4	0,4



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceites que no son de oliva es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceites que no son de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceites que no son de oliva,

mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.

- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Extremadura y Comunidad de Madrid. ○

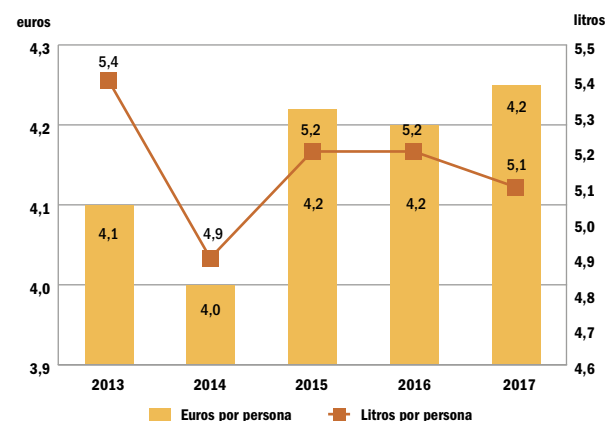
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceites que no son de oliva ha descendido 0,3 litros por persona y el gasto ha subido 10 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2015, 2016 y 2017 con 4,2 litros, mientras que el

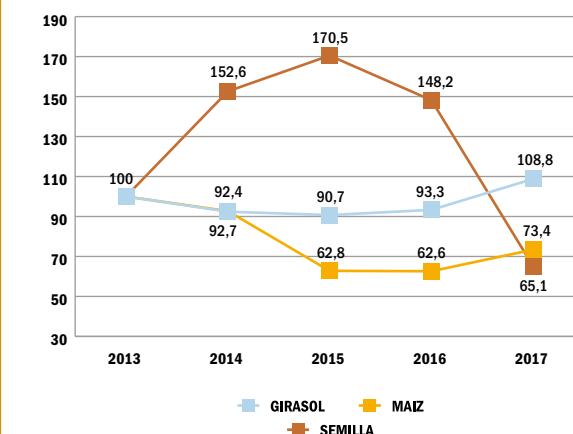
mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2013 (5,4 euros por consumidor).

En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de aceite de girasol aumenta y, por el contrario, en aceite de maíz y en aceite de otras semillas se produce un descenso.

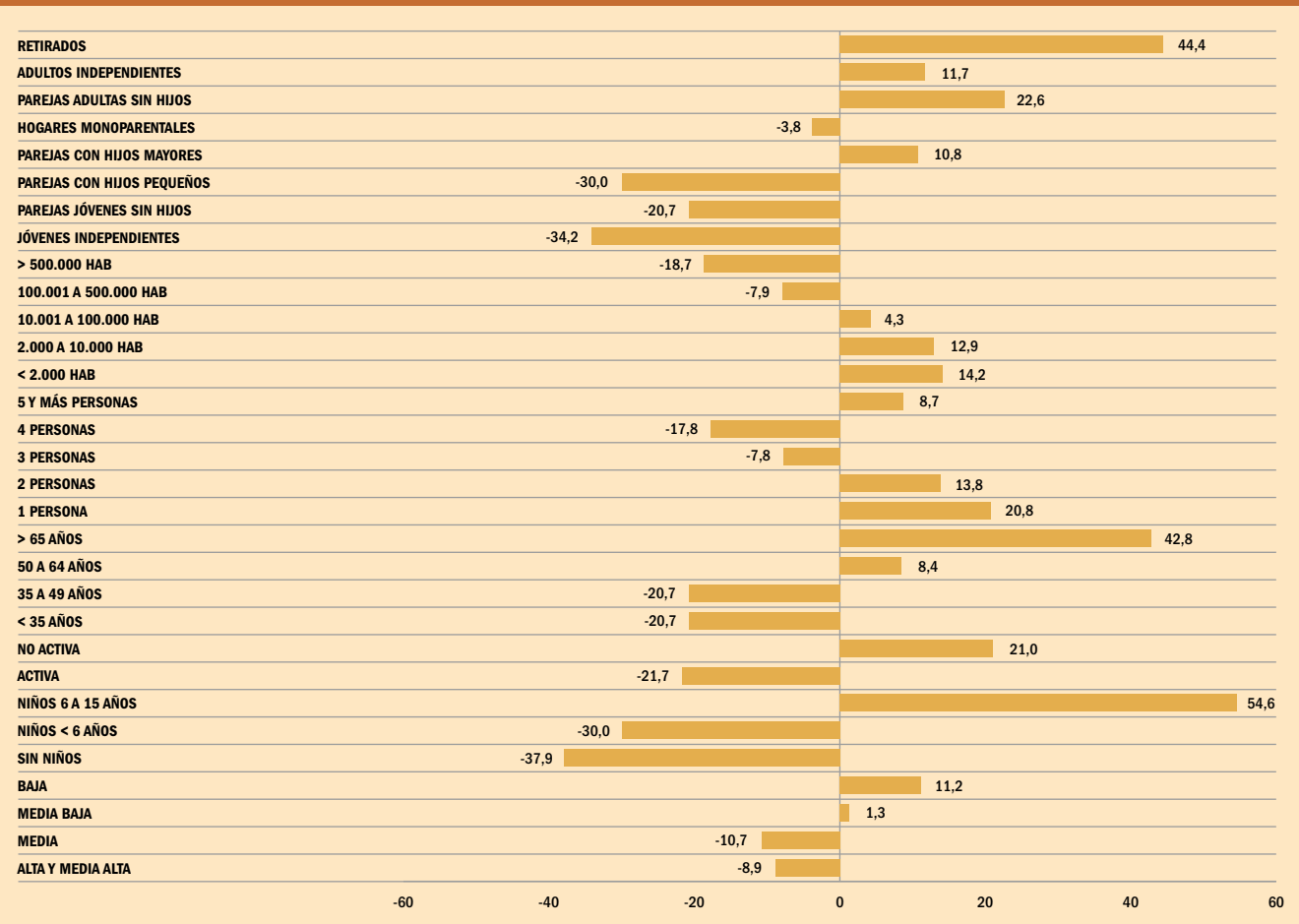
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN OTROS ACEITES, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE OTROS ACEITE (2013=100), 2013-2017

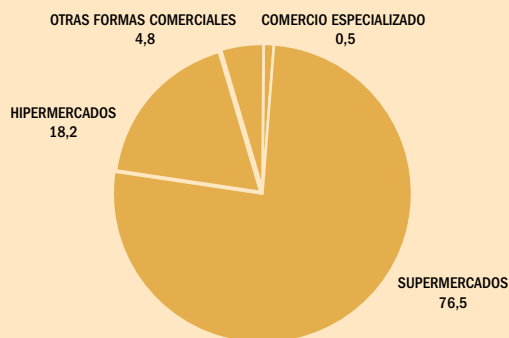


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 4,2 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (76,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 18,2%, seguido del comercio especializado, con un 0,5%. Las otras formas comerciales concentran el 4,8% restante.



## MARGARINA

El mercado español de la margarina registra continuas caídas tanto en volumen como en valor. Durante 2017 se vendieron cerca de 28,7 millones de kilos de margarina, por un valor que rondó los 99,2 millones de euros. Estas cifras suponen reducciones interanuales del 5,2% en volumen y del 8,4% en valor. Hay que

*Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 29 millones de kilos de margarina y gastaron 92,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 2 euros de gasto*



tener en cuenta que durante 2016 y 2015 también se registraron descensos de las ventas en volumen del 8% y del 4,4%.

El segmento de las margarinas vegetales/ girasol es el que controla una cuota mayor del mercado, con el 80,8% del total. A bastante distancia se sitúan las margarinas de oliva (9,3%), maíz (5,8%), el resto de margarinas (4%) y las de soja (0,1%). Las margarinas normales acaparan el 89,1% de todas las ventas, mientras que las ligeras representan el restante 10,9%.

El mercado de margarinas está dominado por grandes grupos internacionales. El líder sectorial ha anunciado recientemente que abandona la fabricación de margarina y ha vendido esa línea de negocio. Las marcas de distribución representan el 21,2% del total de ventas en volumen y el 13,1% en valor. ●



### CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA

*Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 29 millones de kilos de margarina y gastaron 92,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 2 euros de gasto. ○*

#### CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL MARGARINA</b>	<b>29,0</b>	<b>0,6</b>	<b>92,8</b>	<b>2,0</b>
MARGARINA LIGHT	4,9	0,1	11,8	0,3
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	0,3	0,0	1,2	0,0
MARGARINA ENRIQUECIDA	19,4	0,4	56,6	1,2

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de margarina, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de margarina es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de margarina es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de margarina, mientras que los indi-

ces son más reducidos en las viviendas formadas por cuatro miembros.

- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de margarina, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en el caso de las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Andalucía, Extremadura y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Aragón. ○

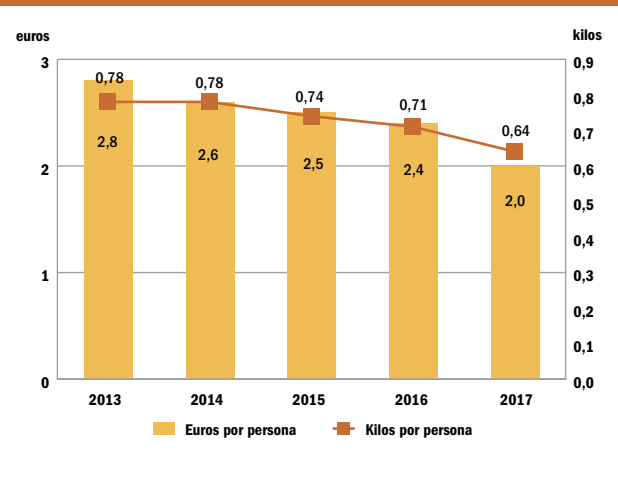
### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de margarina se ha mantenido estable, con un pequeño repunte en los ejercicios 2013 y 2014, mientras que el gasto ha caído 80 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2013 y 2014

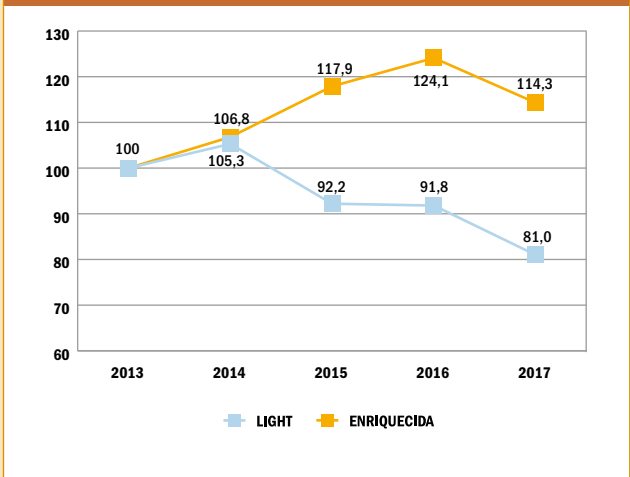
(0,78 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2013 (2,8 euros por consumidor).

En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de margarina enriquecida aumenta, mientras que en margarina light se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MARGARINA, 2013-2017

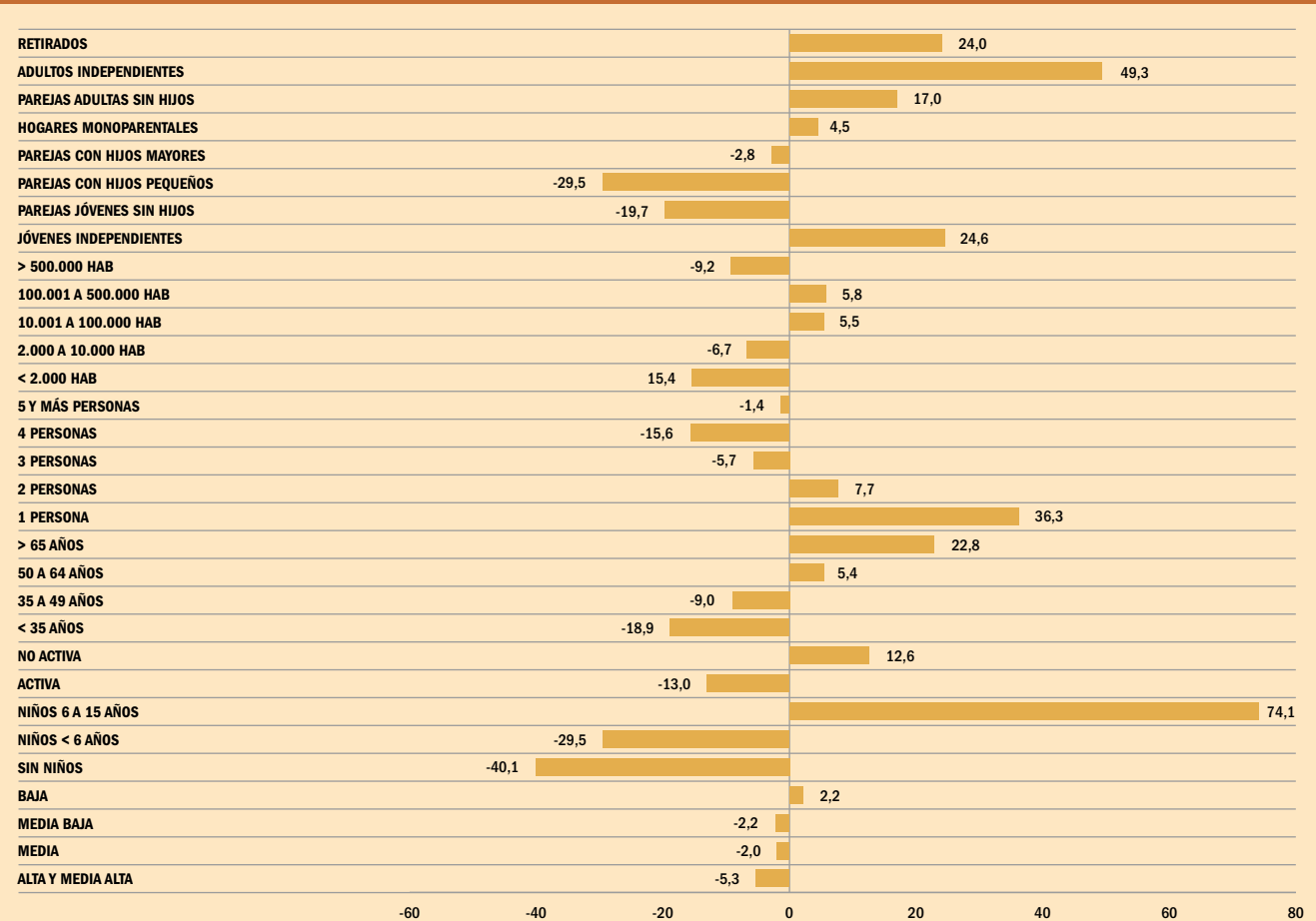


EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MARGARINA (2013=100), 2013-2017



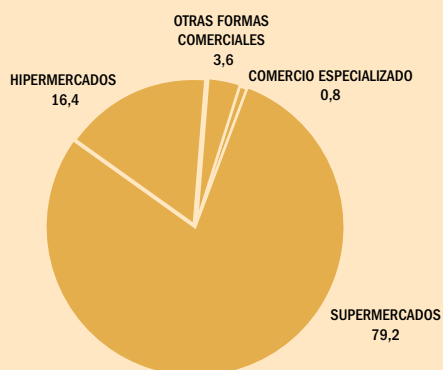


## DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MARGARINA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 0,6 kilos por persona

## CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (79,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 16,4% y los establecimientos especializados llegan al 0,8%. Las otras formas comerciales suponen el 3,6% restante. ○



## AZÚCAR

Las dos principales fuentes de producción de azúcar en el mundo son la caña y la remolacha azucarera. De la producción total de azúcar en el mundo, el 80% aproximadamente corresponde al azúcar de caña y el otro 20% a remolacha. En los últimos años, se ha podido observar cómo el porcentaje que representa la producción de azúcar de caña se ha ido incrementando.

En España, actualmente la única materia prima de la que se obtiene el azúcar es la remolacha azucarera, pues la caña dejó de cultivarse hace ya muchos años.

La remolacha está compuesta por un 75% de agua y un 18% de azúcar. Del resto se obtienen otros subproductos que suponen un alto valor añadido para la alimentación animal y vegetal. La pulpa de remolacha prensada se ofrece para ganadería como alimento natural, rico en fibra y vitaminas que favorecen la producción de leche y que 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 este producto 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. Además del azúcar, los principales productos que se obtienen de la caña son las melazas y el bagazo. Las melazas se forman al final del proceso de cristalización del azúcar, debido a que no toda la sacarosa contenida en los jugos de la caña resulta cristizable (lo mismo ocurre en la remolacha) porque 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. ●

### HISTORIA DEL AZÚCAR

La historia del azúcar va unida a la de la caña, pues el cultivo y la extracción del azúcar de la remolacha no se desarrolló hasta principios del siglo XIX, la época del Napoleón Bonaparte, lo que garantizó una cierta independencia respecto al abastecimiento de azúcar procedente de las colonias europeas.

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2015/2016	2016/2017	2017/2018
REMOLACHA	3.342	3.014	3.134,6
AZÚCAR PRODUCIDO	552	468,24	567,5

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

#### PRODUCCIONES DE REMOLACHA AZUCARERA, CAÑA DE AZÚCAR Y AZÚCAR REFINADO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	PRODUCTO	2014/2015	2015/2016	2016/2017
MUNDO	Remolacha azucarera	136.000	148.000	166.000
	Azúcar producido	164.888	171.472	184.949
UE-28	Remolacha azucarera	101.867	111.685	130.593
	Azúcar producido	14.283	18.313	21.150
ESPAÑA	Remolacha azucarera	3.342	3.014	3.134,6
	Azúcar producido	552	468,24	567,5

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZUCARERA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA.	2015/2016	2016/2017	2017/2018
ANDALUCÍA	776	661	677,3
CASTILLA Y LEÓN	2.208	2.037	2.295
LA RIOJA	135	143,2	130,4
NAVARRA	28,5	16,5	33
PAÍS VASCO	193	156,7	0
OTRAS CC.AA.	1	1	1
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>3.342</b>	<b>3.014</b>	<b>3.134,6</b>

Fuente: MAPA

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, la utilización de semillas mejoradas, el control de plagas y enfermedades, etc.

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 los últimos cinco años la superficie dedicada al cultivo de remolacha azucarera en la Unión Europea se ha mantenido en torno a los 1,4 millones de hectáreas, si bien en la campaña 2017/2018 esta cifra se incrementó hasta 1,66 millones de hectáreas*

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. Los distintos tipos de azúcares para uso alimentario se encuentran recogidos en la Directiva 2001/111/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001 (LCEur 2002, 54) recogida en el derecho español en el Decreto 1052/2003, de 1 de agosto. RCL 2003\2004). ○

## PRODUCCIÓN

En los últimos cinco años la superficie dedicada al cultivo de remolacha azucarera en la Unión Europea se ha mantenido en torno a los 1,4 millones de hectáreas, si bien en la campaña 2017/2018 esta cifra se incrementó hasta 1,66 millones de hectáreas.

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. Cerca de 5.000 agricultores cultivan remolacha en España.

Hoy en día, los agricultores de Castilla y León tienen los mejores rendimientos por hectárea de la Unión Europea, con unas 104 toneladas por hectárea. Esta región es también la que más superficie destina al cultivo de la remolacha.

Al año se utilizan en España cerca de 1,3 millones de toneladas de azúcar. La producción de azúcar de remolacha de cultivo nacional sólo permite suministrar unas 500.000 toneladas. Hace

ya años que el cultivo de caña se extinguió en la Península Ibérica y para hacer frente a la demanda anual, la industria tiene que importar azúcar procedente de la caña de otros países donde se dan las condiciones climatológicas para su cultivo.

La superficie cultivada de remolacha azucarera en España en 2017 se elevó a 36.400 hectáreas, unas 3.500 hectáreas más que en el año 2016. De esta cifra total, 29.100 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona sur del país.

Por regiones, de las siembras totales de remolacha correspondieron a Castilla y León el 71%, a Andalucía el 19% y a País Vasco el 4%.

En la campaña 2016/2017, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 3 millones de toneladas, un volumen un 10% inferior a la campaña anterior, en la que la producción había crecido por encima de ese porcentaje.

Por su parte, en la campaña 2017/2018 la producción fue superior, llegando a 3,13 millones de toneladas, un 4% más.

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.

El precio medio en origen percibido por los productores de remolacha en la campaña 2017 fue de 4,07 €/100 kilogramos, según los datos del ministerio de Agricultura.

Por su parte, en la campaña 2016/17 la producción nacional de azúcar quedó en 468.240 toneladas, un 15% menos que en la campaña precedente, según los datos manejados por la Comisión Europea que hacen referencia a la producción en

campana, sin sumar o restar el saldo de la campana anterior. En la campana 2017/2018 la prevision de la Comision apunta a una produccion de azucar en Espana cercana a los 567.500 toneladas, un 21% mas que en la campana anterior. ○

## COMERCIO EXTERIOR

En cuanto al comercio exterior, Espana es claramente deficitaria en el sector del azucar. Las importaciones son muy superiores a las exportaciones, pero en 2017 esa diferencia se agudizo pues aumentaron las primeras y cayeron las segundas.

Segun los datos de Aduanas se importaron 1.548 millones de toneladas de azucar (caña, remolacha, otros azucres y melaza), frente a 1.310 millones de toneladas en 2016. De este volumen, 1.184 millones de toneladas (un 11% menos) correspondieron a azucar de caña y remolacha.

El valor de esas compras fue de 700 millones de euros (580 millones sólo de azucar de caña y remolacha), cifra que supuso un incremento del 22% sobre la del año 2016.

Respecto a las exportaciones, en volumen pasaron de 295.000 toneladas a 200.000 toneladas en 2017, de las que 132.900 toneladas correspondían a azucar de caña o remolacha (un 37% menos que en 2016). El valor de estas ventas totales (azucar y melazas) fue de 119,5 millones de euros, de los que 80 millones correspondieron al azucar de caña y remolacha (casi un 30% menos que en 2016). ○

## AZÚCAR EN LA UE

La produccion de azucar en la Union Europea tiene mayor importancia economica que en Espana. De hecho, la Comision Europea separa la produccion del resto de cultivos industriales a la hora de calcular su aportacion a la renta agraria anual. Asi, en el año 2017 la remolacha azucarera aportó a la Produccion Final Agraria de la UE un 1%, mientras que su aportacion a la Produccion Final Vegetal fue del 1,8%. El valor generado por la produccion de remolacha azucarera a efectos de calcular la renta agraria comunitaria fue de 3.482 millones de euros en 2017, una cifra sensiblemente superior a la de las campanas precedentes.

En la Union Europea, con excepcion de la produccion de los territorios franceses de ultramar, todo el azucar que se produce proviene del cultivo de la remolacha, pues la caña

de azucar prácticamente ha desaparecido con excepcion de los territorios de ultramar.

La Union Europea es el mayor productor mundial de azucar de remolacha, con alrededor del 60% del total mundial. Sin embargo, el azucar de remolacha representa sólo el 20% de la produccion mundial de azucar ya que el otro 80% se produce a partir de la caña de azucar.

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. Las zonas de produccion son más competitivos en el norte de Francia, Alemania, Reino Unido y Polonia. La UE también tiene una importante industria del refinado del azucar de caña en bruto que importa.

Las campanas remolacheras de la Union Europea comienzan en el norte de Espana, con la siembra entre los meses de febrero y abril, dependiendo de las condiciones climatológicas y terminan en el sur de Espana con la cosecha a principios de junio.

La produccion de azucar en la UE estaba regulada por un sistema de cuotas que limitaban la produccion de cada Estado miembro y que desapareció al iniciarse la campana 2017/2018. Hasta entonces, la cuota total de produccion de la UE-28 era de 13,5 millones de toneladas de azucar, que se dividía entre los diecinueve Estados miembros que producen azucar.

La produccion comunitaria de azucar en la campana 2016/2017 aumentó hasta los 16,8 millones de toneladas, lo que supuso un incremento en volumen del 13% respecto a la campana anterior, segun los datos publicados por la Comision Europea.

Por su lado, la produccion comunitaria de azucar en la campana 2017/2017 volvió a subir hasta 20,57 millones de toneladas, un 22% más.

Por países, Francia y Alemania lideran la produccion comunitaria de azucar con mucha diferencia respecto al resto. En la campana 2017/2018, Francia obtuvo una produccion de 6,2 millones de toneladas (sumadas las producciones de la Francia continental y la de ultramar) y Alemania produjo en torno a 4,9 millones de toneladas de azucar.

También es importante la produccion en Polonia (que superó los 2,3 millones de toneladas en la campana 2017/2018), Reino Unido con 1,4 millones y Holanda con 1,3 millones de toneladas.

En la campana 2016/2017 se destinaron 15,8 millones de toneladas de azucar al consumo en la UE y las previsiones para la campana 2017/2018 apuntan a que este volumen se incrementará hasta los 17,6 millones de toneladas. Del consumo total previsto, el grueso es para el consumo humano y el resto 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.

Desde la reforma del régimen de mercado del azúcar en 2006, la UE se ha convertido en un importador neto de azúcar para abastecer las necesidades del mercado interno. Precisamente, la UE 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.

En 2017, el valor de las exportaciones de azúcar de remolacha y de caña fue de 902 millones de euros, un 42% más que en el año 2016. A esta cifra se suman otros 518 millones de euros correspondientes a las exportaciones de azúcar que no procede ni de la remolacha, ni de la caña (melazas, etc.). Por su lado, las importaciones comunitarias de azúcar de remolacha y caña alcanzaron un valor de 1.348 millones de euros, un 5,9% menos que en el año 2016. Asimismo, las compras de azúcar de otras procedencias distintas a la caña y a la remolacha sumaron 446 millones de euros, un 0,5% más que un año antes.

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. En volumen, las importaciones comunitarias de azúcar rondan los 3,4 millones de toneladas anuales, mientras que las exportaciones están en torno a los 1,5 millones de toneladas. ○

## AZÚCAR EN EL MUNDO

Mientras en Europa y en España el cultivo de la caña de azúcar ha desaparecido, a nivel mundial la producción de azúcar de caña ha aumentado significativamente en detrimento de la de remolacha.

Por su parte, la producción mundial de azúcar en la campaña 2016/2017 se situó en 171,5 millones de toneladas, un volumen superior en un 8% al de la campaña precedente. Asimismo, la producción mundial de azúcar para la campaña 2017/2018 asciende a casi 185 millones de toneladas, un 8% más que en la anterior también. Con estas cifras de producción se recupera el nivel que había en las últimas campañas. A nivel mundial, los principales países productores de azúcar son Brasil, con un volumen estimado de 38,8 millones

*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*

de toneladas en 2017/2018 y con expectativas de seguir creciendo.

A Brasil le siguió India, con una producción cercana a los 32,4 millones de toneladas en 2017/2018 y después la UE-28. Otros países con grandes producciones de azúcar Tailandia, China, Estados Unidos, México, Pakistán y Rusia. En relación con el consumo, al contrario que en Europa, a nivel mundial se está comprobando de año en año un aumento progresivo del uso del azúcar (un 2% anual), especialmente en los países en desarrollo. Las estimaciones apuntan a que el consumo mundial se sitúa ya en torno a 174 millones de toneladas. ○

## USOS DEL AZÚCAR

Esencialmente, el azúcar es un endulzante de origen natural, constituido por sacarosa pura cristalizada. El azúcar es de color traslúcido, blanco al ojo humano y con el efecto de la luz. Está presente en la caña de azúcar o en la remolacha azucarera, de los que se extrae a nivel industrial.

En sus diversas formas (líquido, en grano, etc.), el azúcar es un ingrediente de calidad fácilmente reconocible por los consumidores. Su papel en el mundo de la industria alimentaria es muy importante, pues además de endulzar y aportar energía al cuerpo, tiene otras muchas propiedades. Así, por ejemplo, el azúcar tiene la capacidad de conservar los alimentos, contribuye a los procesos de fermentación y también tiene capacidad de humedecer, entre otras muchas. Actualmente no existe ningún ingrediente que por sí mismo sea capaz de reemplazar todas estas funciones. ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La liberación del sector europeo del azúcar y la desaparición del sistema de cuotas de producción generan bastantes incertidumbres entre los principales operadores de este mercado. La limitada cuota de la que disponía nuestro país provocó el cierre de la mitad de las plantas transformadoras. Sólo quedaron las de Miranda de Ebro, La Bañeza, Toro y Jerez, propiedad del líder sectorial, y la de Olmedo, del segundo operador. En la base productiva se encuentran en actividad unos 8.000 agricultores que se dedican al cultivo de la remolacha en Castilla y León, Andalucía, La Rioja, País Vasco y Navarra. Además, el sector genera unos 2.000 puestos de trabajo directos. En España hay únicamente dos grandes empresas productoras de azúcar. La primera empresa transforma 378.000 toneladas anuales, y la segunda otras 120.000 toneladas. El líder sectorial fue creado en 1903 y en la actualidad forma parte de una gran compañía multinacional de alimentación, ingredientes e industria textil, presente en 46 países, que es la primera productora de azúcar a nivel mundial. Tiene unas ventas cercanas a los 400 millones de euros anuales, mientras que la segunda empresa llega hasta los 180 millones de euros. Se trata de una cooperativa creada en 1962, con 5.000 socios agricultores y está asociada a una empresa francesa. Ambas empresas tienen previsto au-

## COMERCIO EXTERIOR

Hasta ahora, la cuota de producción europea asignada a nuestro país obligaba a recurrir a las importaciones para cubrir las demandas internas. Se producían unas 500.000 toneladas de azúcar, mientras que el mercado nacional consumía 1,3 millones de toneladas. La liberalización de las cuotas obliga al sector a mejorar su competitividad y apostar por el comercio exterior como estrategia de futuro. Las importaciones anuales se sitúan en torno a los 1,4 millones de toneladas de azúcar, por un valor de menos de 650 millones de euros. El origen de esas importaciones es extracomunitario, aunque las importaciones francesas han crecido mucho. Las exportaciones son mucho más reducidas y rondan las 90.000 toneladas y los 61 millones de euros. Estas exportaciones se dirigen casi en exclusiva hacia otros países europeos. ○

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	394,13
Acor & Tereos Iberia, S.A.	180,00
Idilia Foods, S.L. (Grupo) *	173,00
Jesús Navarro, S.A.*	69,58
Zukan, S.L. *	68,00
Comercial Javier Casado, S.L. *	20,50
Cortes Bartolomé, S.L. *	13,00
Beneo Ibérica, S.L. *	10,50
Promoción Mercantil Catalana, S.A. (Promerca) *	9,50
Torrelsa, S.A. *	6,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

mentar su producción, modernizando sus sistemas. Todos los otros grupos del sector trabajan en la actualidad con azúcar importada. El tercer operador del sector alcanza unas ventas de 173 millones de euros, mientras que el cuarto se acerca a los 70 millones de euros y el quinto se queda en 68 millones de euros. ○



## CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron un total de 158 millones de kilos de azúcar y gastaron 141,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,5 kilos de consumo y 3,1 euros de gasto. En cuanto a los edulcorantes, el consumo total en hogares alcanzó los 4,1 millones de kilos y se gastaron 58,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 1,3 euros de gasto. ○



## CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR Y EDULCORANTES DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL AZÚCAR</b>	<b>158,0</b>	<b>3,5</b>	<b>141,5</b>	<b>3,1</b>
<b>TOTAL EDULCORANTE</b>	<b>4,1</b>	<b>0,1</b>	<b>58,6</b>	<b>1,3</b>

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de azúcar, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de azúcar es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de azúcar es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de azúcar, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de azúcar, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de más de 500.000 habitantes.

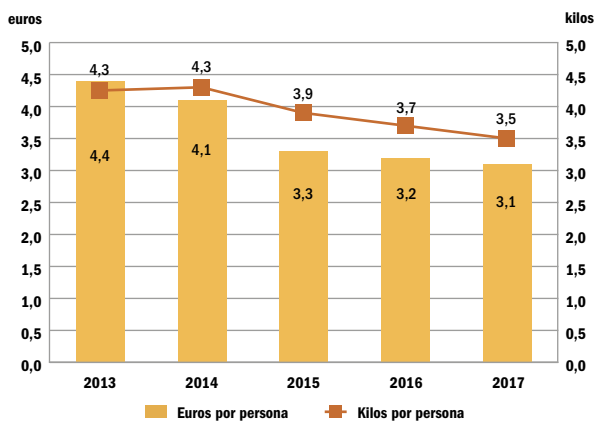
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y Baleares cuentan con los mayores consumos de azúcar mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Extremadura y Comunidad de Madrid. ○



### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de azúcar ha descendido 800 gramos por persona, mientras que el gasto ha caído 1,3 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2013 y 2014 (4,3 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2013 (4,4 euros por consumidor).

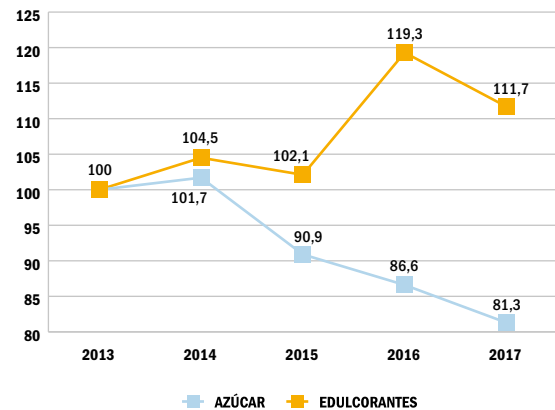
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AZÚCAR, 2013-2017



En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de edulcorantes aumenta y, por el contrario, en azúcar se produce un descenso.

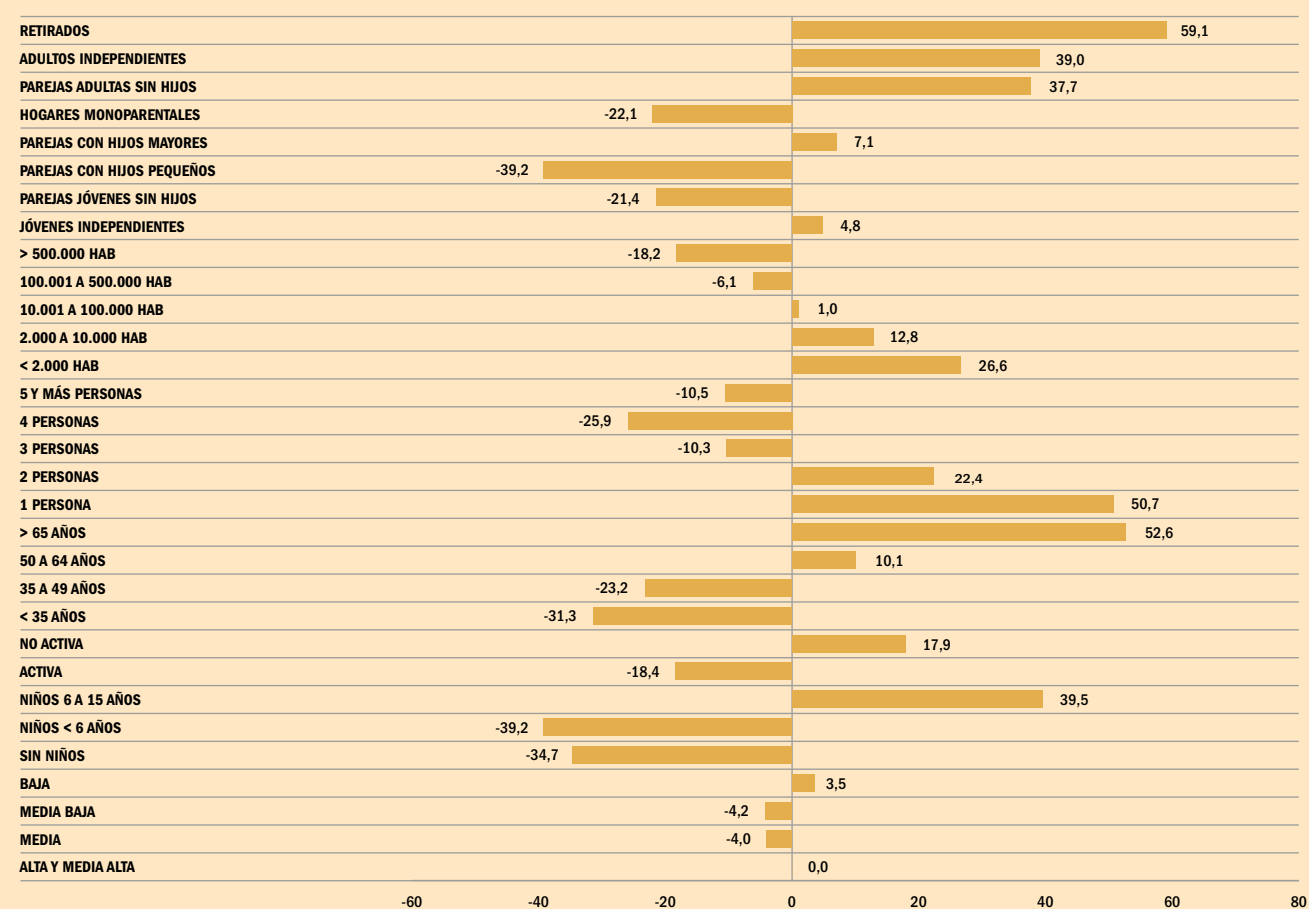


#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AZÚCAR (2013=100), 2013-2017



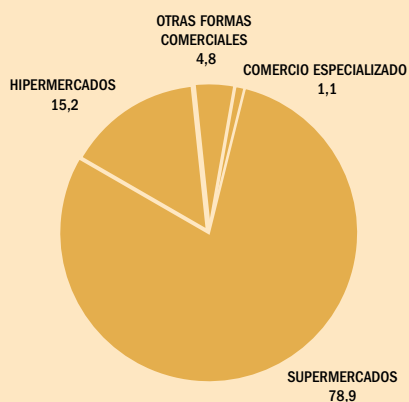


## DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AZÚCAR EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 3,5 kilos por persona

## CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (79,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 14,9% y el establecimiento especializado el 0,9%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 4,5% restante. ○



## DULCES Y CAMELOS

La producción española de caramelos y chicles superó durante el último ejercicio computado hasta las 288.670 toneladas, con un incremento interanual del 9,2%. Su valor creció en un más moderado 5,8%, llegando hasta los 749 millones de euros. El mercado nacional quedó en algo menos de 126.280 toneladas, un 4,7% más que en el año anterior, con una facturación total de 476 millones de euros, lo que supuso un incremento interanual del 4,5%. Los consumos internos representan el 43,7% de toda la producción en volumen y el 63,5% en valor. Dentro del mercado nacional, los chicles sin azúcar acaparan el 39% de todas las demandas. A continuación se sitúan los caramelos blancos, con una cuota del 30%, seguidos muy de cerca por los caramelos duros (29,5%). Los chicles con azúcar representan el restante 1,5%.

Atendiendo a las principales ofertas del mercado de caramelos y chicles en lo que hace referencia a sus volúmenes de producción, puede decirse que los caramelos de goma ocupan el primer lugar, con el 67,2% del total, seguidos a bastante distancia por los caramelos duros y rellenos (17,7%), los extractos de regaliz (11%), las gomas de mascar (3,7%) y los caramelos balsámicos (0,4%). Por lo que hace referencia a su valor, los caramelos de goma suponen el 59,8% de todas las ventas. A continuación se sitúan los caramelos duros y rellenos (22,4%), los extractos de regaliz (11,9%), las gomas de mascar (5,4%) y los caramelos balsámicos (0,5%).

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de los dulces y caramelos se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de grandes compañías multinacionales. La principal empresa fabricante y comercializadora de chicles y caramelos presenta una facturación de 78,2 millones de euros en el mercado nacional, mientras que la segunda llega hasta los 69 millones de euros, la tercera se sitúa en los 55 millones de euros, la cuarta ronda los 40 millones de euros y la quinta alcanza los 33,5 millones de euros. En España hay en torno a unas 100 empresas dentro de este sector, que generan unos 4.000 puestos de trabajo directos. Alrededor de un tercio de esas empresas se encuentra radicado en Cataluña. Se estima que los cinco grupos más importantes controlan el 55% de todas

*Las mayores tasas de crecimiento se están registrando en las presentaciones sin azúcar, con materias primas naturales y libres de alérgenos. En el libreservicio, las ventas de caramelos sin azúcar crecieron en el último año en un 8% en volumen y un 5,2% en valor*

Las mayores tasas de crecimiento se están registrando en las presentaciones sin azúcar, con materias primas naturales y libres de alérgenos. En el libreservicio, las ventas de caramelos sin azúcar crecieron en el último año en un 8% en volumen y un 5,2% en valor, mientras que los caramelos con azúcar tuvieron unas tasas más moderadas del 2,8% y el 4% respectivamente. Los chicles sin azúcar suponen el 98,6% de todas las ventas en volumen y el 98,5% en valor. ●

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ferrero Ibérica, S.A. *	231,76
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini) - Grupo	186,00
Lacasa, S.A. - Grupo *	134,74
Vidal Golosinas, S.A. - Grupo	125,00
Wrigley CO., S.L.(Mars Iberia)	109,00
Grefusa, S.L. *	100,59
Mondelez España - División Confitería	99,00
Chupa Chups, S.A.U.	98,00
Damel Group, S.L.	50,00
Cantalou, S.A. *	38,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual ALIMARKET/2016

las ventas, mientras que los diez operadores más grandes alcanzan una cuota conjunta del 70%. La innovación constante y la presentación de nuevas ofertas más saludables, con menos azúcar y grasas, sin alérgenos y con ingredientes naturales constituyen la principal estrategia de todas esas empresas para arañar cuotas de mercado en un sector muy competitivo. Las marcas de distribución están creciendo de una manera muy significativa y ya representan el 36,7% de todas las ventas en volumen y el 25,2% en valor en el canal alimentación, mientras que hay tres grandes ofertas marquisitas. La primera controla el 16,7% del total en valor y el 7,8% en volumen, la segunda se sitúa en el 13,5% y el 4,1% respectivamente y la tercera alcanza el 12,7% en valor y el 15% en volumen. Las ventas del líder sectorial se redujeron durante el último ejercicio en un 1,5%, mientras que desde 2014 han caído en un importante 14%. El crecimiento de las marcas blancas parece ser la causa principal de ese mal comportamiento. ○



## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de chicles y caramelos tuvieron unos importantes crecimientos interanuales del 12,9% en volumen y del 8% en valor, superando las 162.390 toneladas y los 274 millones de euros. De esta manera, el comercio exterior acapara el 56,2% de toda la



producción en volumen y el 36,6% en valor. En torno a un 68,5% de todas las ventas exteriores se dirige hacia otros países de la Unión Europea, mientras que otro 18,1% va destinado al continente americano. La cuota de ventas en países asiáticos llega hasta el 11,6%. El restante 1,7% se comercializa en porcentajes poco significativos en otros países africanos y de Oceanía. Los principales clientes de los chicles y caramelos españoles son Francia (19,1% del total), Reino Unido (11,2%), Alemania (10,8%), Estados Unidos (10,7%), Portugal (6,6%) e Italia (5,5%). Atendiendo a las partidas exportadas, la principal está compuesta por las gomas y otros artículos de confitería (60,3% del total), seguida por los caramelos de azúcar (20,4%), los caramelos sin azúcar (9,9%), los chicles (7,6%) y los caramelos balsámicos (1,8%).

Las importaciones son bastante menos importantes y rondan los 79,5 millones de euros anuales, de los que el 29,4% corresponde a los chicles, el 29% a las gomas y otros artículos de confitería, el 22,5% a los caramelos sin azúcar, el 14,7% a los caramelos cocidos con azúcar y el restante 4,4% a los caramelos balsámicos. Los principales proveedores de chicles y caramelos para el mercado español son Alemania (22,5%), Polonia (16,3%), Francia (14,2%), Holanda (7,6%), Reino Unido (5,6%), China (4,9%) y Austria (3,3%). ○

## CONSUMO

Aunque durante los últimos tiempos el consumo de caramelos y chicles en nuestro país no ha dejado de crecer, todavía nos hayamos lejos de la media europea. Se considera que los consumos españoles se sitúan ligeramente por encima de los 3,2 kilos de estos productos por persona y año, por un valor que se acerca a los 18 euros anuales. Hay que tener que en Noruega se llega a los 71 euros por persona y año o que en el Reino Unido, el nivel de consumo ronda los 37 euros per cápita. Por debajo de España se sitúan los consumos de los franceses, algo superiores a los 15 euros anuales. Todavía más bajos son los consumos de los portugueses (12,7 euros)



o de los griegos (4,3 euros). Las cifras españolas contrastan con el poder productivo del sector de dulces y caramelos, ya que éste es el mayor de toda Europa, con algo más del 13% del total. Un cambio importante en los hábitos de consumo registrado en nuestro país es el del predominio de las presentaciones saludables, bajas en azúcar y grasa y elaboradas con productos naturales. Esto hace que el consumidor típico de estas ofertas sea un público adulto. Las ofertas dirigidas a los consumidores infantiles han tendido, en este periodo, a perder importancia. Las presentaciones funcionales no han tenido, de momento, una gran aceptación. ○



## DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

De forma tradicional, los chicles y caramelos se comercializaban en nuestro país en el denominado canal impulso, formado por una amplia red de puntos de venta, unos 300.000, entre los que se incluyen quioscos, tiendas de venta al peso, panaderías, máquinas especiales en cafeterías y bares, estancos, puestos en mercadillos, etc. Como empresas especialistas que trabajan para ese canal aparecen en torno a unas 600 distribuidoras. Son en su mayor parte medianas y pequeñas empresas, ya que solamente seis registran facturaciones superiores a los 6 millones de euros anuales.

En los últimos tiempos, la distribución organizada comenzó a disputar al canal impulso la hegemonía en la venta de chicles y caramelos y su crecimiento resultó imparable durante muchos años. Durante el último ejercicio esa tendencia pa-

rece haberse invertido y el canal impulso ha ganado protagonismo, gracias a la apertura de nuevas tiendas especialistas. Su crecimiento ha sido de un importante 8% anual en la venta de caramelos, mientras que en la de chicles ha caído en un 4,3%. Un elemento novedoso ha sido la aparición de tiendas especializadas en régimen de franquicia. Se trata de una estrategia de distribución puesta en marcha por algunos de los grandes operadores del sector que parece tener buenas perspectivas de crecimiento.

El canal alimentario acapara en la actualidad el 44% de todas las ventas de caramelos, mientras que en el caso de los chicles llega ya al 51%. Las ventas en el libreservicio llegaron hasta los 375 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 2,2%. ○



## TURRONES Y MAZAPANES

La producción española de turrónes y mazapanes creció durante el último ejercicio computado en un significativo 6,1%, acercándose a las 33.880 toneladas, muy por encima del modesto 0,6% del año anterior. Por el contrario, el valor de toda esa oferta disminuyó en un 0,4%, quedando en 306 millones de euros. El mercado nacional tuvo un buen comportamiento en volumen, ya que las 27.975 toneladas comercializadas fueron un 4,7% más que en el año precedente, aunque su valor fue de apenas 246 millones de euros, lo que supuso una caída interanual del 4,6%. Hay que tener en cuenta que la causa principal de la disminución en valor de la producción comercializada fue la bajada del precio de la almendra, lo que permitió reducir los precios finales de turrónes de dulces de Navidad. Atendiendo al valor de la producción comercializada en el mercado interior, los turrónes acapararon el 78% de todas las ventas, mientras el restante 22% correspondió a los mazapanes y otros dulces navideños. La innovación y la presentación de nuevas variedades que rompan la estacionalidad del consumo son las grandes apuestas del sector.

La producción amparada de las denominaciones de turrónes de Jijona y de Alicante llegó hasta cerca de las 4.340

toneladas, de las que el 52,8% corresponde al turrón de Jijona y el restante 47,2% al de Alicante. Entre los turrónes sin denominación, los de chocolate son los más demandados, con cuotas del 48% de total en volumen y del 40,5% en valor. A continuación se sitúan los turrónes tradicionales, con el 29,4% y el 35,5% respectivamente, las especialidades (14% en volumen y 13,3% en valor), los de yema y mazapán (6,4% y 7,3%) y las tortas de turrón, con los restantes 2,2% en volumen y 3,4% en valor. Dentro de las especialidades navideñas, la principal partida comercializada es la de los polvorones y mantecados, con unas cuotas que rondan el 37% en volumen y el 33% en valor. A continuación se sitúan los panettones y pandoros, muy asentados en el mercado español después de unos años de gran crecimiento. En la actualidad representan en torno al 33% del total de ventas en volumen y el 23,5% en valor. En tercer lugar se sitúan los mazapanes (13,5%, aunque en valor su cuota crece hasta el 23%), los chocolates de Navidad (en torno al 10% en volumen y valor), los pasteles cascas y almendras rellenas (3% y 5,5%), los grageados (2% y 3%) y las marquesas, con porcentajes del 1,5% en volumen y del 2% en valor. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de turrónes y dulces navideños ha experimentado una fuerte transformación en los últimos tiempos, pasando de estar constituido por un gran número de pequeños y medianos operadores, a menudo con carácter semiartesanal, a estar dominado por unos pocos y grandes grupos que han impulsado procesos de modernización productiva y basan sus expectativas de futuro en el comercio exterior. Estos grandes grupos han diversificado sus producciones, incursionando en otros sectores afines, como los de chocolates y bombones y la pastelería industrial.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo del sector registra unas ventas de 50,5 millones de euros, mientras que el segundo llega hasta los 50 millones de euros y el tercero ronda los 34 millones de euros. Por volúmenes de producción, la principal empresa fabricante de turrónes se acerca a las 7,880 toneladas, la segunda llega hasta las



5.500 toneladas y la tercera alcanza las 5.00 toneladas. En el caso de los fabricantes de dulces de Navidad, el grupo líder produce 4.300 toneladas, el segundo se queda en 2.200 toneladas y el tercero registra 2.100 toneladas. La penetración de capitales internacionales entre todas estas empresas es poco importante. Muchos fabricantes de turrone y dulces navideños se concentran en algunos municipios. En Estepa hay 22 empresas, con unas ventas anuales de más de 80 millones de euros. En Jijona, de sus 7.200 habitantes, unos 1.500 trabajan en la producción de turrone. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, con el 62,5% del total en volumen y el 45% en valor, mientras que la primera oferta marquis-ta presenta unas cuotas del 14,3% y del 16,6%. ○

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de turrone y dulces de Navidad han adquirido una gran importancia en los últimos años y son un recurso imprescindible para el mantenimiento de los actuales niveles de producción. En el último ejercicio computado, las ventas en el exterior crecieron en unos muy importantes 13,6% en volumen y 21,8% en valor, superando las 5.900 toneladas y alcanzando los 60 millones de euros. De esta forma, las exportaciones dan salida al 17,4% de toda la producción de este tipo de producción y representan el 19,6% del total de la facturación sectorial. Un 75% de todas exportaciones se dirige hacia otros países de la Unión Europea, mientras que el 20% se comercializa en América, un 3% en Asia y el 2% restante se reparte en pequeños porcentajes por países de África y Oceanía. Dentro de la Unión Europea, los principales clientes de los dulces navideños españoles son Alemania, Reino Unido y Francia. Fuera de Europa, destacan las exportaciones dirigidas hacia Estados Unidos y, también, hacia algunos países con grandes contingentes de descendientes de emigrantes españoles, como México, Venezuela, Cuba y Argentina. En los últimos tiempos, se han diversificado mucho estas exportaciones, empezando a introducirse en nuevos mercados, como China, Japón, Rusia, Israel o Jordania.

Por el contrario, las importaciones apenas son significativas. Hace unos años los panettones y pandoros provenían

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Lacasa, S.A. - Grupo *	134,74
Sanchís Mira, S.A. *	100,00
Delaviuda Alimentación, S.A. *	79,72
Confectionary Holding, S.L.*	35,00
Torrone Vicens, S.L. *	31,73
Industrias Rodríguez, S.A. *	21,50
Dulces Olmedo García, S.L. *	17,80
Turrone José Garrigos, S.A.	17,00
Galván Fernández Hermanos, S.L. *	16,00
Turrone Pico, S.A.	14,50

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



en su gran mayoría de Italia, pero rápidamente las grandes empresas del sector comenzaron a elaborarlos y en la actualidad esas producciones cubren casi totalmente las demandas internas. ○

### Consumo y gasto en productos navideños

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 35,8 millones de kilos de productos navideños y gastaron 323,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,8 kilos de consumo y 7,1 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 0,4 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrone concentran el 36,6%, con un total de 2,6 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 16,9% y un total de 1,2 euros por per-



sona al año, y de los mazapanes, con el 4,2% y 0,3 euros per cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 42,3% del gasto, con 3 euros por persona al año. ○

### CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS</b>	<b>35,8</b>	<b>0,8</b>	<b>323,6</b>	<b>7,1</b>
MANTECADOS Y POLVORONES	10,0	0,2	52,9	1,2
MAZAPANES	1,3	0,0	14,3	0,3
TURRONES	9,6	0,2	117,5	2,6
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	14,9	0,4	139,0	3,0

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos navideños es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos navideños es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos navideños, mientras

que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.

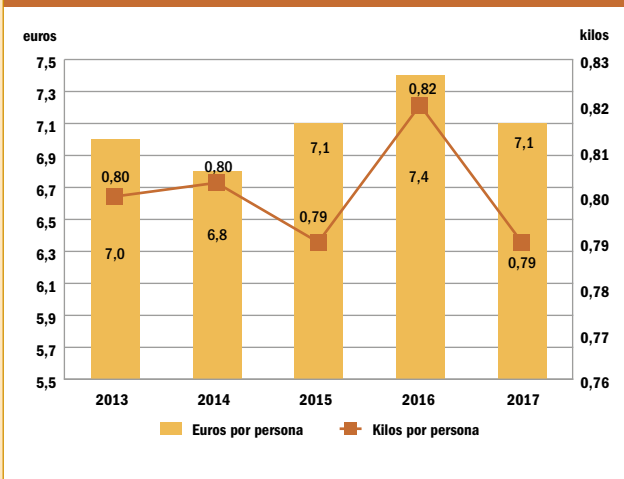
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos navideños, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan 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, Cantabria, País Vasco y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla-La Mancha, Galicia y Extremadura. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

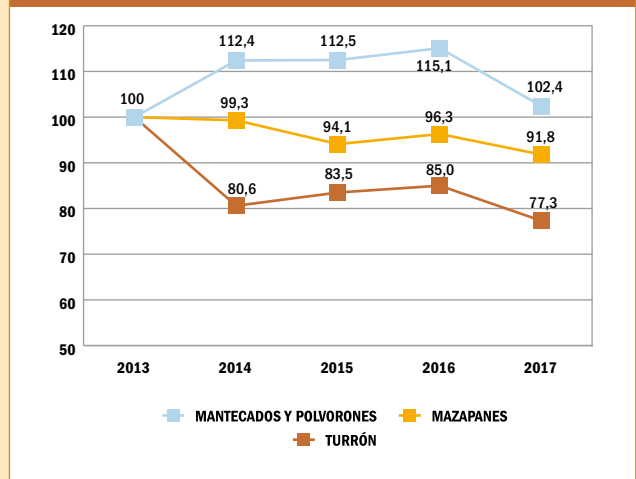
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido 0,01 kilos por persona y el gasto se ha incrementado en 10 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2016 (0,82 kilos por persona y 7,4 euros por consumidor).

En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de mantecados y polvorones aumenta y, por el contrario, en turrónes y en mazapanes se produce un descenso.

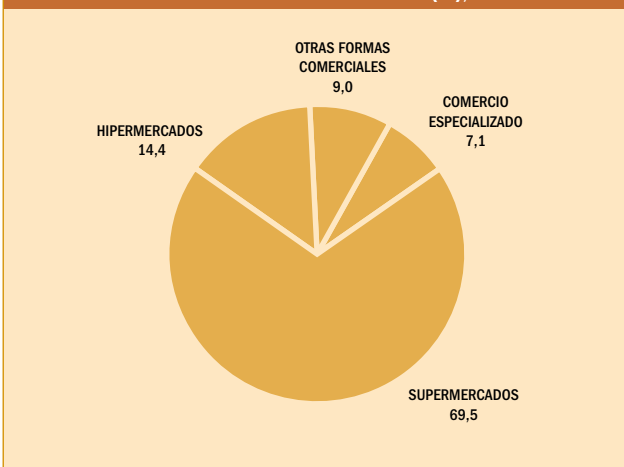
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS, 2013-2017**



**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS (2013=100), 2013-2017**



**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017**



### CUOTA DE MERCADO

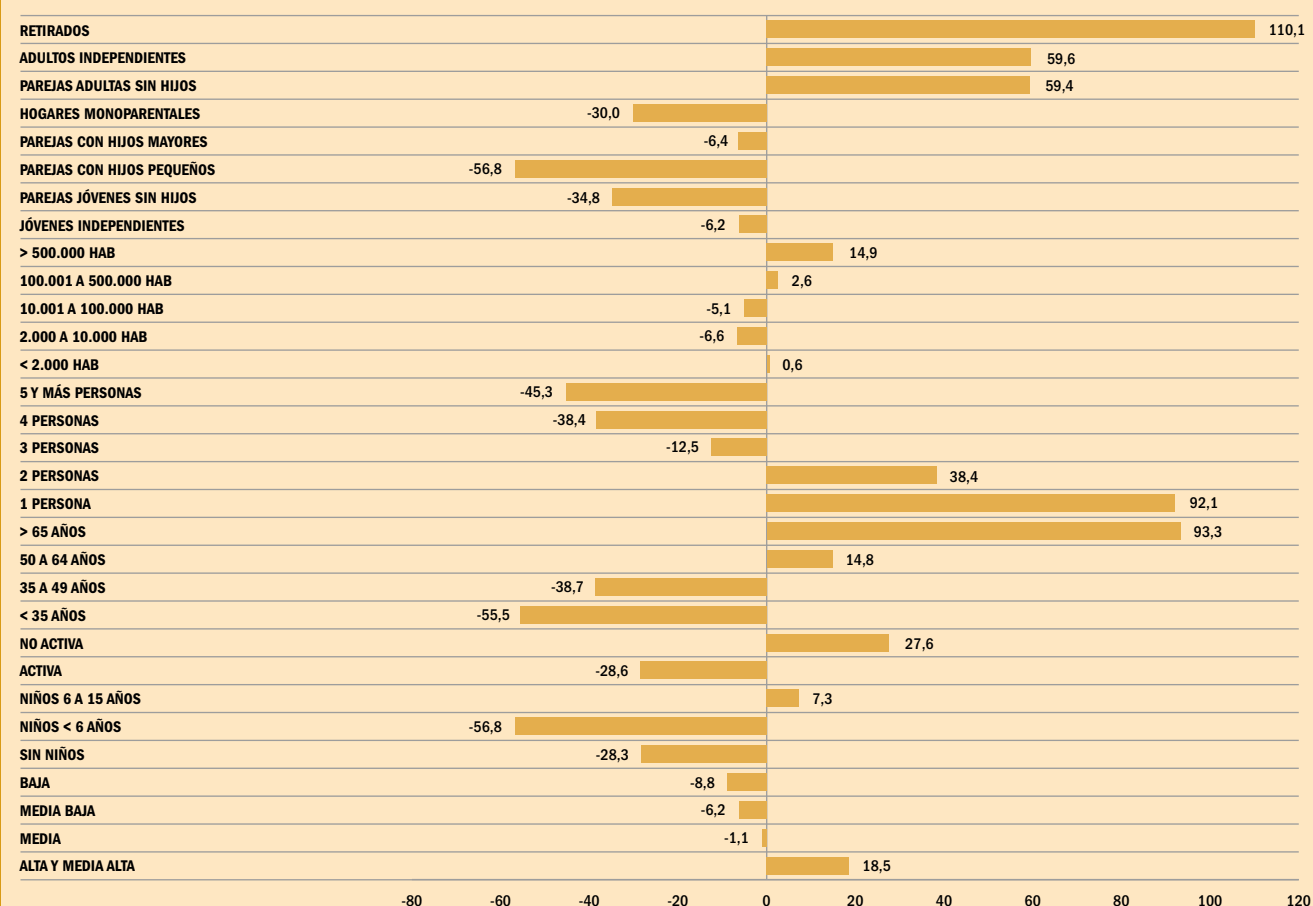
En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (69,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,4%.



Los establecimientos especializados acaparan el 7,1%, y las otras formas comerciales concentran el 9% restante. ○



## DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 0,8 kilos por persona

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE TURRONES Y MAZAPANES

## ANDALUCÍA

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

PANELLETS

## ARAGÓN

## MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

TURRÓN NEGRO

CASTAÑAS DE MAZAPÁN

## CASTILLA-LA MANCHA

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MAZAPÁN DE TOLEDO <sup>o</sup>

## COMUNIDAD VALENCIANA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

JIJONA <sup>o</sup>TURRÓN DE ALICANTE <sup>o</sup>

## CATALUÑA

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

TORRÓ D'AGRAMUNT <sup>o</sup>  
(TURRÓN DE AGRAMUNT)

## MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

TURRONES DE PRALINÉ Y TRUFADOS DE CHOCOLATE

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

PANELLETS

## LA RIOJA

## REGISTRADO Y CERTIFICADO

MAZAPÁN DE SOTO

<sup>o</sup> Inscrita en el Registro de la UE

## Jijona<sup>®</sup> Turrón de Alicante<sup>®</sup>

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS



**ZONA GEOGRÁFICA:** Estas IGP amparan la producción de ambos turrone en el término municipal de Jijona (Alicante), con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

**CARACTERÍSTICAS:** El turrón de Jijona se elabora mezclando almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y un 10% de miel, y Extra un 60% de almendras y un 10% de miel. El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de turrón es de 6,5 millones de kilos anuales, de los que el 87% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez, el 55% de los turrone protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 45% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 21 industrias.

## Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

**CARACTERÍSTICAS:** El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla de almendras crudas, peladas y

molidas, con azúcar en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeado manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos. Las presentaciones tradicionales son: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

## Panellets<sup>®</sup>

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<sup>®</sup> (Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

**CARACTERÍSTICAS:** La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 30 a 1.000 gramos. También se elaboran en formatos superiores e inferiores.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan más de 250.000 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

## MIEL

La miel ha sido desde tiempos inmemoriales un alimento apreciado y reconocido por el hombre, al que también se le han atribuido virtudes curativas.

La producción de miel es muy variada por los tipos de flores, plantas y árboles de las que se nutren las abejas. También es muy irregular, pues depende mucho de la climatología y de la floración de las plantas.

En el mercado hay mieles que se comercializan con dos presentaciones básicas para su consumo: cristalizada y líquida. Sin embargo, aunque su aportación es mucho más pequeña que la de otros sectores ganaderos, hay que destacar el papel fundamental de las abejas en la conservación del medio ambiente y en la polinización de los cultivos.

Además de su vertiente económica, desde el punto de vista social y medioambiental la producción de miel tiene gran importancia en España.

El sector de la miel contribuye a fijar población en el medio rural y mantiene los ecosistemas y la biodiversidad, a través de la polinización.

Desde el punto de vista puramente económico, en España el valor anual de las aportaciones del sector de la miel (que incluye también el polen y la cera) representa aproximadamente el 0,44% de la Producción Final Ganadera y el 0,17% de la Producción Final Agraria, a efectos de calcular la renta agraria anual. El valor económico de estas producciones ronda los 65 millones de euros al año.

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. ●

### PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR

Según los datos del ministerio de Agricultura, en 2017 el número de apicultores ascendía en España a 31.517, de los cuales un 18% eran profesionales (con explotaciones de más de 150 colmenas) y el resto no lo eran. Estos datos constatan el alto grado de profesionalización de la apicultura española, que está por encima de la media de la Unión Europea.

En este sentido, la media de colmenas que posee un apicultor profesional ronda las 370, mientras que la media de un apicultor no profesional están en torno a 25 aproximadamente.

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2014	2015	2016	2017
MIEL	32,1	33,4	31	20
CERA	1,7	1,8	1,6	1

FUENTE: MAPA

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

	2014	2015	2016	2017
MUNDO	1.511	1.826	1.787	1.130
UE	240	240	268	168
<b>ESPAÑA</b>	<b>32,1</b>	<b>33,4</b>	<b>31</b>	<b>20</b>

FUENTE: FAO, EUROSTAT y MAPA

#### COMERCIO DE MIEL (Miles de toneladas)

	2014	2015	2016	2017
IMPORTACIÓN	24,5	30,7	29	33,6
EXPORTACIÓN	26,5	20,2	26,7	24,7

FUENTE: DG Aduanas



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 2017 ascendió a 31.451 cifra superior a la del año 2016. De esta cifra total, 19.821 eran colmenas dedicadas a las producciones apícolas y el resto a selección, polinización, etc.

Por regiones, Castilla y León era la que contaba un año más con un mayor número de explotaciones apícolas (5.458), seguida de Andalucía (5.008), Galicia (4.213) y la Comunidad Valenciana (2.392).

Entre 2009 y 2016, el censo de explotaciones apícolas creció en España un 29% y la región donde más se notó ese crecimiento fue Cataluña (49%).

En cuanto al número de colmenas, el censo nacional en 2017 se situó en 2.869.444 unidades, de las que el 80% correspondían a agricultores profesionales.

En casi una década (2008-2017) se ha producido un incremento del 20% en el censo nacional de colmenas.

Respecto a la distribución geográfica de las mismas, el grueso de las colmenas se distribuían entre tres regiones: Extremadura (22%), Andalucía (20%) y Castilla y León (16%).

El grueso de las colmenas que había en 2017, (más de 2,3 millones de unidades) eran trashumantes y el resto “estantes” o sin declarar sistema productivo.

La producción de una colmena “fija” viene a ser la mitad de una trashumante, pues depende mucho de la floración de la zona donde se haya establecido. De ahí que en los últimos años este tipo de colmenas se hayan incrementado. La producción de cera es del orden de 0,8 kilos/ colmena y la de polen de 0,5 kilos.

Asimismo, respecto a su nivel de profesionalización, en 2017 prácticamente el 80% de las colmenas del censo pertenecían a apicultores profesionales (porcentaje similar al de años anteriores). Se considera agricultor profesio-

sional a aquel que cuenta con 150 o más colmenas en sus explotaciones y en los últimos años ha aumentado también la media de colmenas que tienen estos apicultores profesionales. ○

### PRODUCCIÓN NACIONAL DE MIEL

En 2017 la producción nacional de miel se situó en torno a las 20.000 toneladas, un volumen muy inferior al producido en el año anterior, cuando se alcanzó una producción de 31.018 toneladas. La causa de esta caída de la producción de debió por un lado, a la reducción del censo que se viene produciendo desde hace años, y por otro a las condiciones climáticas de extrema sequía que afectaron a la floración.

De esta cantidad, más del 21% se produjo en Andalucía; el 19% en la Comunidad Valenciana, el 16% en Castilla y León y el 10% en Extremadura, según estimaciones. Estas cuatro regiones concentran el 70% de la producción de miel, pero también tienen una producción importante regiones como Aragón, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia y Murcia.

La mayor parte de la producción de miel en España procede de colmenas “movilistas”, que practican la trashumancia.

Por su lado, la producción de cera quedó en 2017 por debajo también de la de 2016, con algo más de 1.000 toneladas (un año antes se superaron las 1.700 toneladas).

En España, la demanda de miel está creciendo y lo mismo ocurre con el polen recolectado en la propia colmena, así como con los propóleos.

Sin embargo, en 2017 se mantuvo estable el consumo de miel en España en torno a 430 gramos por persona y año. El nivel de autoabastecimiento, que había sido del 100% en los últimos años, se vio reducido en 2017 como consecuencia de la caída de la producción.

En cuanto al comercio, en 2017 el saldo de la balanza fue de nuevo negativo ya que se produjo un incremento notable de las importaciones y una reducción de las exportaciones, que ya de por sí son bajas. El aumento del volumen de las importaciones fue menor que el aumento del valor de las mismas. Así, las importaciones sumaron cerca de 33.619 toneladas (un 16% más que en 2016) y las exportaciones 24.831 toneladas (un 7,7% menos que en 2016).

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. En 2017 se produjo un incremento del 27% de las compras de miel efectuadas en China.

Por detrás del país asiático se situaron, Argentina - que en 2017 redujo sus ventas a España- y Ucrania, entre los países terceros. En cuanto a la UE, Portugal por su proximidad es el país que más miel vende a España y en 2017 ocupó el segundo lugar por volumen importado, por detrás de China.

Respecto a las exportaciones, en grueso se producen a la Unión Europea, con Francia como principal destino, seguida de Alemania, Portugal e Italia. En 2017 debido a la caída drástica de la producción se produjo también una importante merma de las ventas a la UE.

Finalmente, entre los países terceros a los que España exportó su miel destacaron Arabia Saudí, Marruecos, Israel y Canadá. ○

#### PRECIOS A LA BAJA

Según las estimaciones del MAPA, en la campaña 2016/2017, los diferentes tipos de mieles registran bajadas en sus precios, con la excepción de la miel de mielada a granel, subió el 6,53% desde el inicio de la campaña en abril de 2016, hasta su finalización en marzo de 2017. En ese mismo período de campaña, la miel multifloral a granel registró bajadas de precios del 13,6%.

***Dentro de la Unión Europea, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania***

***En la Unión Europea, el número de apicultores que había en 2017 rondaba las 631.236, pero solamente un 5,2% eran profesionales. Por su lado, el número de colmenas alcanzó los 15,7 millones de unidades, de las que un 16% estaban en España***

En cuanto a las mieles envasadas, la miel de mielada anotó un descenso de 15% y la miel multifloral del 3%, según los datos del MAPA. ○

#### LA MIEL EN LA UE

Dentro de la Unión Europea, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania. En la Unión Europea, el número de apicultores que había en 2017 rondaba las 631.236, pero solamente un 5,2% eran profesionales. Por su lado, el número de colmenas alcanzó los 15,7 millones de unidades, de las que un 16% estaban en España.

Si España es el país de la UE con más colmenas, el que tiene más apicultores es Alemania, seguido de Francia e Italia. Sin embargo, el grado de profesionalización de estos apicultores es más alto en países como Grecia, que ronda el 80% (apicultores profesionales con respecto al total), al igual que España.

La producción de miel en la Unión Europea en 2017 alcanzó un volumen próximo a las 168.000 toneladas, inferior en un 37% a 2016.

Respecto al comercio, la Unión Europea es netamente importadora de miel, ya que compra fuera más del 40% de todas las importaciones mundiales.

Así, en 2017 las entradas de miel ascendieron a cerca de 208.360 toneladas, frente a las 194.378 toneladas del año precedente. El país que más miel vendió a la UE-28 fue China (78.492 toneladas, un 4% más que en 2016), seguida de Ucrania (46.941 toneladas) y de Argentina (24.826 toneladas, muy por debajo de un año antes).

Por su lado, Alemania fue el país que más miel compró, seguido de Reino Unido y de Bélgica.

En cuanto a las exportaciones comunitarias de miel, en 2017 la UE exportó cerca de 22.000 toneladas de miel frente a las 21.552 toneladas del año anterior. Arabia Saudí, Suiza, Estados Unidos y Japón fueron los destinos principales de la miel europea y los países que más miel exportaron fueron Alemania y España.

Finalmente, a nivel mundial la producción de miel se situó en 2017 en 1,1 millones de toneladas, 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%), Estados Unidos y Rusia. ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En nuestro país se encuentran en actividad 30.920 explotaciones apícolas, con un importante incremento interanual del 12,1%. El 76,1% de estas explotaciones no es profesional, mientras que un 17,6% tiene carácter profesional y se desconoce la capacidad productiva del 6,3% restante. Castilla y León concentra el 17,6% de todas las explotaciones apícolas españolas, seguida por Andalucía (15,9%), Galicia (12,9%) y Comunidad Valenciana (7,3%). España es el país europeo con más colmenas gestionadas por profesionales (80% del total). A continuación se sitúan Grecia (79,9%) e Italia (70,9%). La mayoría de las empresas del sector tiene unas dimensiones modestas, ya que sólo cuatro superan los 10 millones de euros anuales. ○

## COMERCIO EXTERIOR

Durante el pasado ejercicio, las importaciones de miel para el mercado español llegaron hasta las 29.010 toneladas, con una disminución interanual del 5,7%. El 55,3% de todas estas importaciones proviene de otros países que no pertenecen a la Unión Europea, frente a un 44,7% de comercio intracomunitario. China es nuestro principal proveedor de miel, con el 49,7%, seguida por Argentina (21,3%), Uruguay (12,2%) y Ucrania (8,9%). Las exportaciones se quedaron en 26.910 toneladas, un 10,9% menos que en el ejercicio anterior. Un 77,4% de esas exportaciones se dirigió hacia otros

países de la Unión Europea, mientras que el restante 22,6% fue hacia países terceros. Francia es el principal cliente de la miel española dentro de la Unión Europea, con el 36,9% del total. A continuación aparecen Alemania (20,8%), Italia (11,6%), Portugal (9%) y Reino Unido (8,3%). En valor, las exportaciones superan con claridad a las importaciones, ya que las primeras alcanzan los 92 millones de euros frente a los 71 millones de euros de las segundas.

El comercio exterior de miel tiende a presentar un equilibrio entre exportaciones e importaciones. Así, durante el último ejercicio computado se exportaron 30.210 toneladas de miel, con un incremento interanual del 13,8%, mientras que se importaron otras 30.760 toneladas, un 25,4% más que en el año anterior. El 86,4% de las exportaciones se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre las que destacan las enviadas a Francia (24,5%), Italia (24,3%), Alemania (17,6%) y Portugal (14,6%).

Por el contrario, la mayor parte de las importaciones (72,7%) proviene de países fuera de la Unión Europea. Nuestros principales proveedores son China, con el 79,8% del total, México (4,8%), Ucrania (3,7%) y Uruguay (3,5%).

Atendiendo a sus valores respectivos, las exportaciones superan claramente a las importaciones, ya que las primeras alcanzan unas ventas de casi 92 millones de euros, con un incremento interanual del 1,4%, mientras que las segundas se quedan en algo menos de 71,3 millones de euros (+54,5%). ○

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MERMELADAS Y MIEL

EMPRESA	VENTAS
	Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	616,00
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	206,90
Grupo Helios *	177,00
Hero España, S.A. *	176,89
Granja San Francisco, S.L. *	32,00
Honeygreen, S.A.	31,00
Alcurnia Alimentación, S.L. *	29,51
Apisol, S.A.	23,00
Maes Honey, S.L.U.	20,77
Euromiel, S.C.L.	20,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



### Consumo y gasto en miel

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 18,8 millones de kilos de miel y gastaron 112,8 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 (0,3 kilos por persona y año), mientras que el consumo de miel a granel fue de 0,1 kilos por persona al año. En términos de gasto, la miel envasada concentra el 64% del gasto, con un total de 1,6 euros por persona, mientras que la miel a granel presenta un porcentaje del 36% y un total de 90 céntimos de euro por persona al año. ○

### CONSUMO Y GASTO EN MIEL DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL MIEL</b>	<b>18,8</b>	<b>0,4</b>	<b>112,8</b>	<b>2,5</b>
GRANEL	5,8	0,1	37,8	0,8
ENVASADA	13,0	0,3	75,0	1,6

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de miel, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de miel es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de miel es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona menor de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de miel, mientras que los índices más reducidos se registran en los hogares donde residen cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de miel, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que



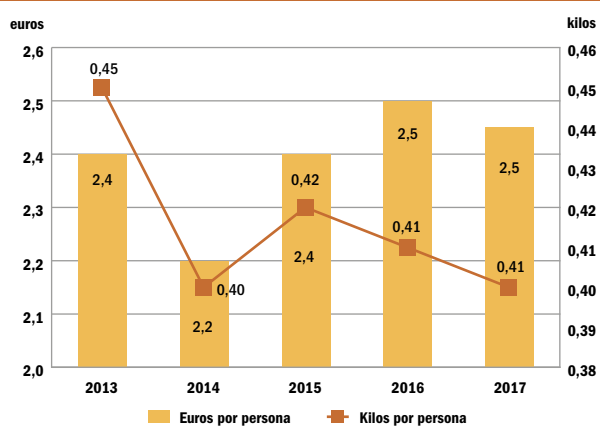
los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, entre las parejas jóvenes sin hijos y en el caso de los jóvenes independientes.

- Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Asturias y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos de miel mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Navarra y La Rioja. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de miel se ha mantenido estable, con un ligero incremento en el ejercicio 2013, mientras que el gasto ha aumentado 10 céntimos euro per cápita con respecto a 2013. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013, con 0,45 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2016 y 2017 (2,5 euros por consumidor).

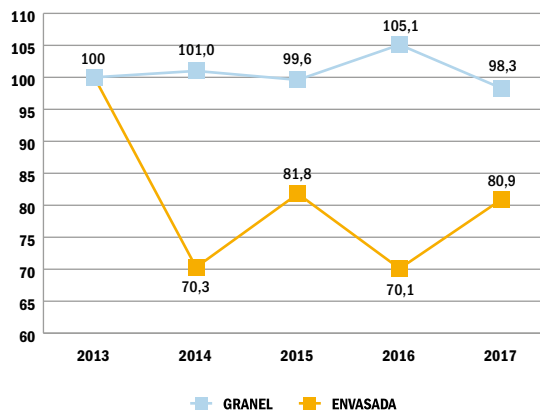
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MIEL, 2013-2017



En la familia de miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, en el consumo de miel envasada y de miel a granel se produce un descenso.

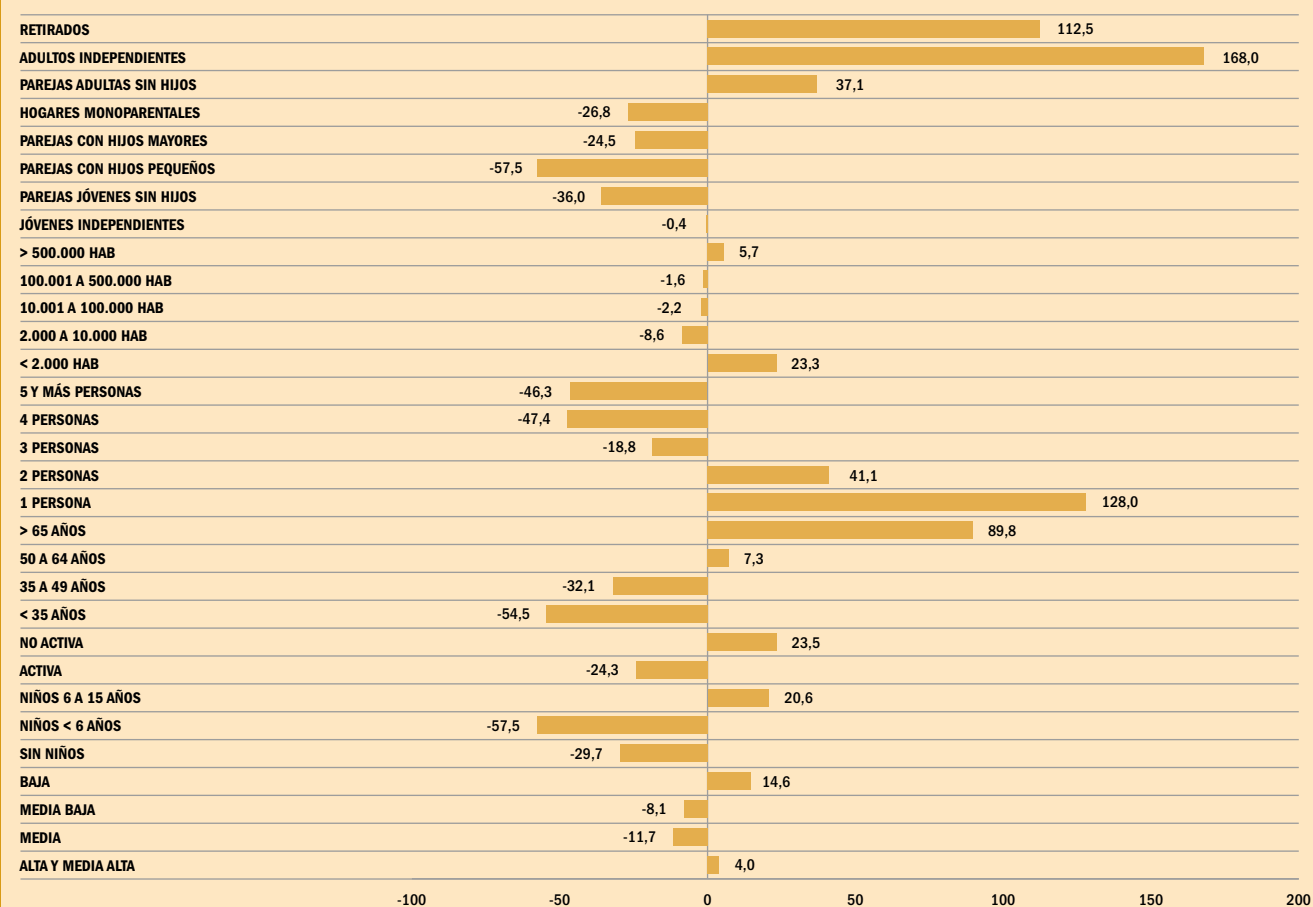


#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MIEL (2013=100), 2013-2017



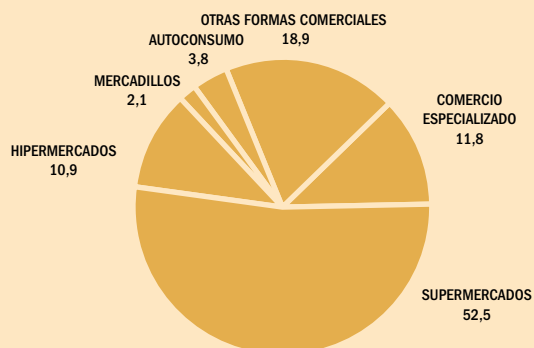


## DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MIEL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 0,4 kilos por persona

## CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (52,5% de cuota de mercado). El comercio especializado alcanza en este producto una cuota del 11,8%, el hipermercado representa el 10,9%, y el autoconsumo el 3,8%. Los mercadillos suponen el 2,1%, y las otras formas comerciales concentran el 18,9% restante. ○



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN

MIEL DE GRANADA <sup>◊</sup>

## 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 <sup>◊</sup>

## CANTABRIA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LIÉBANA

## MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

## CASTILLA-LA MANCHA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LA ALCARRIA <sup>◊</sup>

## COMUNIDAD VALENCIANA

## MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

MIEL DE AZAHAR

MIEL DE ROMERO

## EXTREMADURA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL VILLUERCAS-IBORES <sup>◊</sup>

## GALICIA

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MEL DE GALICIA <sup>◊</sup> (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)

<sup>◊</sup> Inscrita en el Registro de la UE

## Miel de Galicia<sup>®</sup>



Consejo Regulador de Indicación Geográfica Protegida MEL DE GALICIA<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>



DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción comprende todos los municipios de la provincia de Granada, aunque la mayoría de los apicultores se concentra en Lanjarón, Ugíjar, Orgiva, Otivar, Motril, Dúrcal, Padul, Huéscar y Granada.

**CARACTERÍSTICAS:** La normativa regula y protege tres variedades de miel: monofloral (de castaño, romero, tomillo, aguacate, naranja, 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<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de miel en la comarca natural de La Alcarria, que se extiende por las provincias de Guadalajara y Cuenca y cuya superficie total es de 10.354 km<sup>2</sup>. 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.

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 cirtialis 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.

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 Tederá y miel de Mielada.

miel de Agave (Pitera), miel de Malpica, miel de Tederá 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



Las cifras del sector español de chocolates y derivados del cacao superaron ligeramente durante el último ejercicio computado las 283.270 toneladas, lo que supuso un moderado descenso interanual del 0,9%. No obstante, el valor total de todo ese mercado creció en un 2,3%, hasta alcanzar los 1.730 millones de euros. El mercado nacional continuó con su tendencia positiva, creciendo un 0,7% en volumen, llegando a las 216.810 toneladas, mientras que en valor su incremento fue de un importante 4,1%, lo que supuso 1.272 millones de euros. Estos datos indican que fue el comercio exterior el que registró un comportamiento más negativo, mientras que las demandas internas permitieron registrar un balance anual razonablemente bueno. El consumo aparente de productos de cacao y chocolate llegó hasta las 340.630 toneladas. Dentro del mercado nacional y atendiendo a su valor, las tabletas de chocolate suponen el 34% del total, seguidas por los cacaos y preparados para desayuno (25%), los bombones (16%), los chocolates snacks y los productos impulso (16%) y las cremas para untar (19%). Esto supone que han sido los productos de mayor valor añadido (bombones y snacks y productos impulso) los que han tirado de la demanda, mientras cayeron ligeramente las ventas de tabletas, cacaos y preparados de desayuno y cremas para untar. En el libreservicio, las ventas de chocolate y cacao superaron los 1.047 millones de euros, un 3,7% más que en el ejercicio anterior.

La producción española de cacao y chocolate industrial llegó hasta las 305.450 toneladas, por un valor cercano a los 838 millones de euros. Estas cifras suponen incrementos interanuales del 6,5% en volumen y del 8,1% en valor. Las principales partidas son las del cacao en polvo, con cuotas del 50,6% en volumen y del 47,3% en valor, y de las preparaciones de cacao de menos de 2 kilos (37,7% y 31,4% respectivamente). A bastante distancia aparecen las mantecas, grasas y aceites de cacao (6,4% y 13,8%) y las pastas de cacao, con porcentajes del 5,3% en volumen y del 7,5% en valor. ●

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.950,00
Mondelez España - Grupo *	550,00
Natra, S.A. - Grupo	365,90
Grupo Dulcesol *	319,00
Ferrero Ibérica, S.A. *	231,76
Idilia Foods, S.L. - Grupo *	173,00
Lacasa, S.A. - Grupo *	134,74
Nederland, S.A. *	123,54
Chocolates Valor, S.A.	113,82
Sanchís Mira, S.A. *	100,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

*Las marcas blancas son bastante importantes en el segmento de las tabletas de chocolate, con una cuota del 32,8% del total en valor, mientras que la primera oferta con marca de fabricante llega hasta el 22,2% y la segunda se queda en el 17,4%*

#### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la internacionalización aparecen como los dos rasgos fundamentales del sector de las empresas españolas fabricantes y comercializadoras de productos de cacao y chocolate. A nivel mundial, el mercado está dominado por algunas de las más grandes compañías del sector alimentario. Estas compañías controlan toda la cadena, desde la adquisición de la materia prima a pequeños y medianos productores hasta la presentación final de las ofertas en los lineales.

El grupo líder en nuestro país registra una facturación en su negocio de chocolates que supera los 307 millones de euros anuales. Se trata de una de las más importantes compañías agroalimentarias que operan a nivel planetario, aunque los productos de cacao y chocolate constituyen una de sus principales señas de identidad. El segundo operador, especializado en los bombones, llega hasta los 180 millones de euros anuales, mientras que el tercero ronda los 173 millones de euros, el cuarto se sitúa en torno a los 117 millones de euros y el quinto alcanza los 104 millones de euros.

Las marcas blancas son bastante importantes en el segmento de las tabletas de chocolate, con una cuota del 32,8% del total en valor, mientras que la primera oferta con marca de fabricante llega hasta el 22,2% y la segunda se queda en el 17,4%. Entre las cremas de untar, la cuota de las marcas blancas llega hasta el 24,4%, mientras que en el cacao soluble se acerca al 16%. En este caso, son dos ofertas marquistas las que dominan el mercado, con porcentajes respectivos del 47,6% y del 35%. También en el caso de los bombones la importancia de las

marcas blancas es reducida, en torno al 17% del total en volumen. Los cinco primeros fabricantes de bombones de nuestro país comercializan con sus propias marcas y hay que esperar hasta el sexto para encontrar un especialista en marcas de distribución. ○

#### COMERCIO EXTERIOR

Nuestro país no tiene cultivos de cacao, por lo que toda la materia prima que se utiliza para la elaboración de los productos de chocolate debe ser importada. El principal productor mundial de cacao es Costa de Marfil, con el 38% del total, seguida por Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil, Camerún y Ecuador.

Las importaciones de productos de chocolate y cacao para el mercado español llegaron hasta las 121.050 toneladas en el último ejercicio computado, con un aumento interanual del 3,6%. La principal importada en volumen es la de chocolates sin rellenar (17,5% del total), seguida por las de pasta para untar (14,1%), preparados para bebidas (12,3%) y bombones (11,1%). Nuestros principales proveedores son Francia, con el 30% del total de este comercio exterior, Alemania (25,3%), Italia (12,6%), Bélgica (9,5%) y Holanda (6,8%).

Las exportaciones rondaron las 78.950 toneladas, lo que supuso un descenso del 5,2% con relación a las cifras del ejercicio anterior. La principal partida exportada está compuesta por chocolates sin rellenar, donde se incluye turrón de chocolate, con el 37,7% del total. A bastante distancia aparecen los chocolates rellenos (21%), los preparados para bebidas (11,1%) y las pastas para untar (8,7%). Los bombones apenas suponen el 7,4% de todo este comercio exterior. Los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de productos del cacao y chocolate son Francia (24,2% del total), Reino Unido (13,5%), Portugal (13,4%) y Alemania (10,2%). ○



**CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO**

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 162,4 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.123,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,6 kilos de consumo y 24,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al cacao soluble y a los chocolates (1,2 kilos por persona y año para cada tipo de producto). En términos de gasto, los chocolates concentran el 40,2% del gasto, con un total de 9,9 euros por persona, mientras que el cacao soluble presenta un porcentaje del 21,9% y un total de 5,4 euros por persona al año. ○

**CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2017**

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDÁNEOS</b>	<b>162,4</b>	<b>3,6</b>	<b>1.123,7</b>	<b>24,6</b>
CHOCOLATES	55,8	1,2	452,9	9,9
CHOCOLATE TABLETAS	46,8	1,0	375,6	8,2
CON LECHE	26,4	0,6	186,3	4,1
SIN LECHE	20,4	0,4	189,3	4,1
CON ALMENDRAS	7,4	0,2	68,5	1,5
OTROS CHOCOLATES	39,4	0,9	307,0	6,7
TURRÓN DE CHOCOLATE	9,0	0,2	77,3	1,7
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	106,6	2,3	670,8	14,7
BOMBONES	10,5	0,2	155,8	3,4
SNACKS CHOCOLATE	12,8	0,3	146,3	3,2
CACAO SOLUBLE	55,3	1,2	245,1	5,4
NORMAL	53,4	1,2	225,6	4,9
LIGHT	2,0	0,0	19,4	0,4
CREMA CACAO UNTAR	18,0	0,4	94,2	2,1

**DIFERENCIAS EN LA DEMANDA**

En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de chocolates y derivados del cacao es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao,

mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan tres personas.

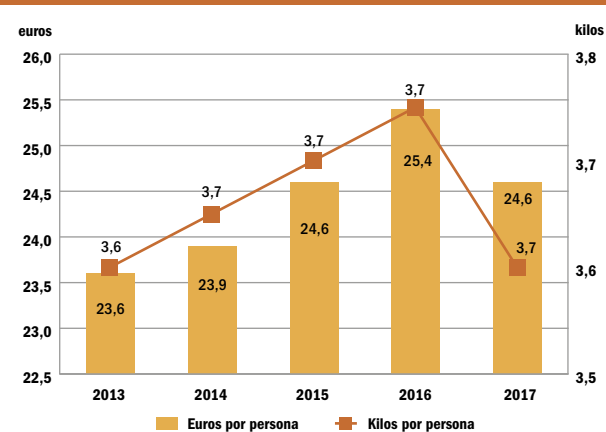
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, entre los retirados y en el caso de los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de éstos, y las parejas sin hijos, con independencia de la edad de las mismas.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Comunidad de Madrid y Extremadura. ○



**EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA**

Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de chocolates y derivados del cacao se han mantenido estables. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado tuvo lugar en los años 2014, 2015 y 2016, con 3,7 kilos por persona, mientras que el mayor gasto se produjo en el ejercicio 2016 (25,4 euros por consumidor).

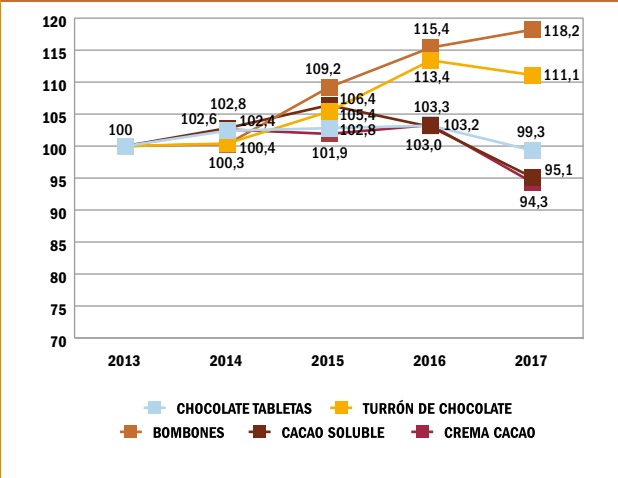
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO, 2013-2017**



En la familia de chocolates y derivados del cacao, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de bombones y de turrón de chocolate aumenta, mientras que, por el contrario, en tabletas de chocolate, cacao soluble y crema de cacao se produce un descenso.

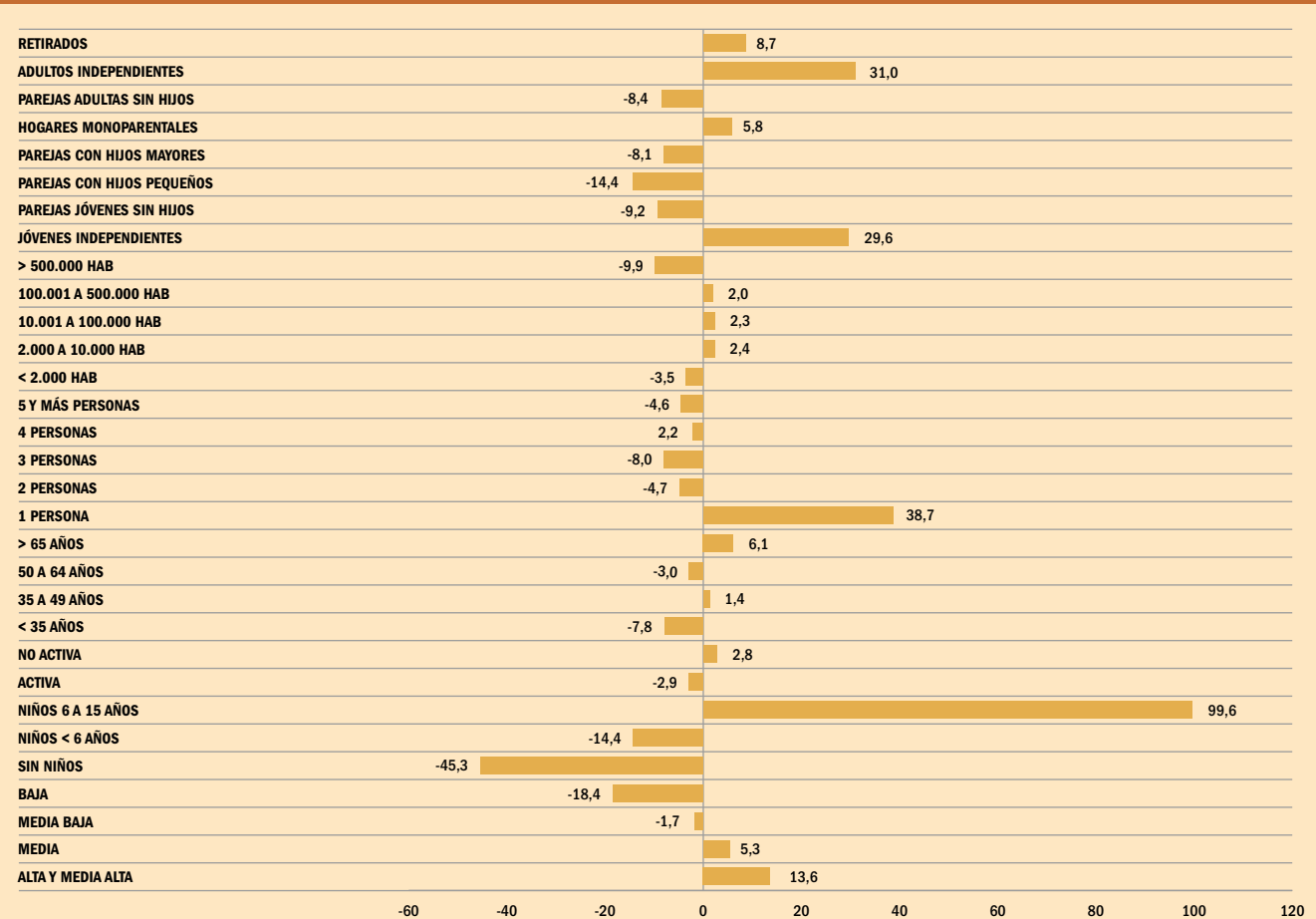


**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CHOCOLATES (2013=100), 2013-2017**



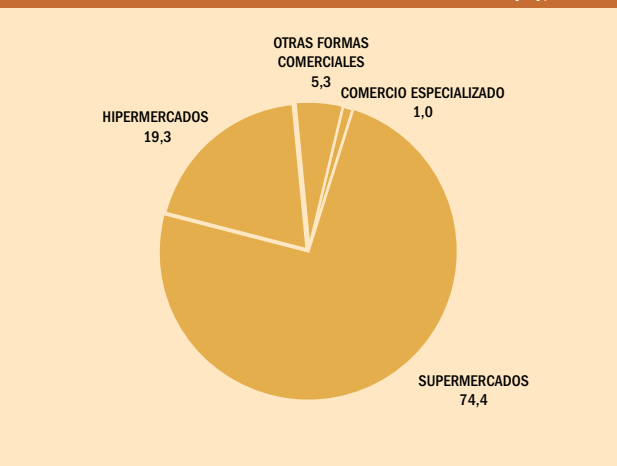


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 3,6 kilos por persona

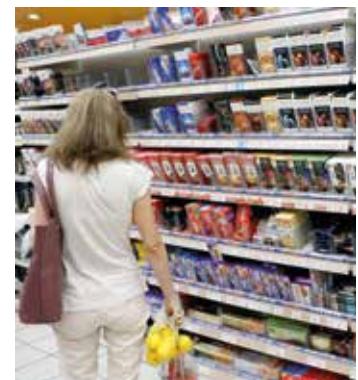
CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (74,4% de cuota de mercado).

El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,3%, mientras que los establecimientos especializados representan el 1%. Las otras formas comerciales concentran un 5,3% de la cuota de venta global. ○



## PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS

No disponemos de datos muy fiables del mercado español de platos precocinados y preparados, ya que nos encontramos ante una realidad muy heterogénea, compuesta por una gran variedad de ofertas muy diferentes, con comportamientos muy distintos y con perspectivas de futuro muy diversas. Todas las estimaciones coinciden en indicar que, en términos generales, se trata de un sector en constante crecimiento, en el que la innovación y la aparición de nuevas presentaciones son otros tantos rasgos que muestran su dinamismo. La producción de platos preparados durante 2017 llegó hasta cerca de las 487.600 toneladas, lo que supuso un incremento interanual del 4,6%, siendo los platos refrigerados los que más crecen (+8,5%), seguido de los productos ambiente (+6,2%) y los congelados (+0,4%). En valor, este mercado ha facturado 2.450 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 7,9% con respecto a 2016. Las 14 empresas que integran la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE)

han cerrado el año con una producción total de 226.000 toneladas, lo que representa un crecimiento del 7,4% con respecto al año anterior. El MAPAMA, por su parte, estima que el mercado doméstico de platos preparados es de unas más importantes 618.000 toneladas, lo que representa un 5,3% más que en el año precedente. El valor de toda esa producción rondó los 3.860 millones de euros, de los que el 68% correspondió a los platos congelados, el 24% a los platos ambiente y el restante 8% a los platos refrigerados. Dentro de los platos congelados, las pizzas constituyen la oferta más significativa, con el 41% del total de ventas en volumen. A continuación aparecen los platos cocinados (34%), la carne empanada (10%), las croquetas (8%) y las empanadillas y rollitos (4%). Entre los platos cocinados ambiente, los más importantes son los de legumbres, con cuotas de más del 50% en volumen, seguidos por los de carne de ave y pescado (23%), los platos mexicanos (11%), los de verdura (7,8%) y las ensaladas (5,5%). ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*Es muy difícil proporcionar unos rasgos generales que sirvan para caracterizar al conjunto del sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de platos preparados en nuestro país. Muy a menudo, los platos preparados y precocinados constituyen una línea de negocio de grandes grupos alimentarios que tienen su fortaleza en algunos sectores afines, como las conservas vegetales, los productos congelados, los elaborados cárnicos, etc., que incursionan en este mercado, atraídos por sus buenas perspectivas de crecimiento. Junto a éstos, hay algunas filiales de grandes compañías multinacionales y, también, algunos especialistas de capital esencialmente español que tienen su fortaleza en algunas ofertas concretas, en torno a las que basan sus estrategias comerciales.*

*En nuestro país se estima que se encuentran activas más de 300 empresas que se dedican a la producción y comercialización de platos preparados y precocinados, aunque las afiliadas a la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE) son únicamente 14. En términos generales, se calcula que la producción y comercialización de platos preparados ocupa a algo menos de 10.100 traba-*



*adores, de los que el 67% se encuentra relacionado con la producción de platos congelados, el 23%, con las de platos ambiente y el restante 10% con la de platos refrigerados. La plantilla conjunta de las empresas afiliadas a la ASEFAPRE llega hasta las 3.500 personas. Por lo que hace referencia a la localización de todas esas empresas, la mayoría se encuentran radicadas en Cataluña y Galicia, con porcentajes similares del 14% del total en cada caso. A continuación*

aparecen Navarra (11%), Castilla-La Mancha (10%), Madrid (9%) y el País Vasco (6%).

Las marcas de distribución son muy importantes. Entre los platos preparados congelados, las marcas blancas acaparan el 57% del total en volumen y en la comida refrigerada alcanzan el 60% de todas las ventas en volumen. ○



## COMERCIO EXTERIOR

Teniendo en cuenta la diversidad de las empresas fabricantes de platos preparados y precocinados es muy difícil proporcionar cifras que recojan la totalidad de su comercio exterior. En el caso de los 14 grupos que componen la ASEFAPRE, los datos de 2017 indican que las exportaciones representan el 13% de su producción total, lo que supone que más de 30.000 toneladas se venden fuera de nuestras fronteras. Esa cantidad representa un muy significativo incremento interanual del 13,3%. Hay que tener en cuenta que, en cualquier caso, al ser 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. Existen datos que señalan que Francia es un mercado de destino importante para los gazpachos y cremas vegetales. En el caso de las importaciones, las más importantes son las relativas a la compra de materias primas necesarias para la elaboración de algunas de las ofertas más características. Destacan, por ejemplo, la adquisición de verduras provenientes de China o Perú. ○

**LORD**  
sándwiches  
*Gourmet*

*Frescos  
de verdad*





### CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 630,2 millones de kilos de platos preparados y gastaron 2.603,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,8 kilos de consumo y 57,1 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (5,1 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,5 kilos per cápita), de las pizzas (2,3 kilos per cápita),

y de los platos preparados en conserva (1,7 kilos per cápita). En términos de gasto, las pizzas concentran el 25% del gasto, con un total de 14,3 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 21,7% y un total de 12,4 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los platos preparados en conserva, con el 16,1% y 9,2 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 12,8% y un total de 7,3 euros por persona al año. El resto de platos preparados acapara el 24,4% restante, con un total de 13,9 euros por persona al año. ○



*Las pizzas concentran el 25% del gasto, con un total de 14,3 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 21,7% y un total de 12,4 euros por persona al año*

### CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL PLATOS PREPARADOS</b>	<b>630,2</b>	<b>13,8</b>	<b>2.603,3</b>	<b>57,1</b>
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	77,2	1,7	417,9	9,2
CONSERVA CARNE	29,4	0,6	196,6	4,3
CONSERVA PESCADO	2,6	0,1	23,2	0,5
CONSERVA VEGETAL	34,6	0,8	141,0	3,1
CONSERVA LEGUMBRE	17,1	0,4	53,2	1,2
CONSERVA PASTA	10,6	0,2	57,2	1,3
PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	114,9	2,5	566,4	12,4
CONGELADO CARNE	30,8	0,7	131,9	2,9
CONGELADO PESCADO	36,4	0,8	208,1	4,6
CONGELADO VEGETAL	18,5	0,4	85,3	1,9
CONGELADO PASTA	18,0	0,4	81,5	1,8
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	11,1	0,2	59,6	1,3
SOPAS Y CREMAS	234,1	5,1	334,0	7,3
PIZZA	106,7	2,3	652,0	14,3
PASTA RESTO	10,7	0,2	107,6	2,4
TORTILLAS REFRIGERADAS	14,2	0,3	45,4	1,0
OTROS PLATOS PREPARADOS	72,4	1,6	479,9	10,5



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2016 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de platos preparados, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de platos preparados es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años el consumo de platos preparados es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de platos preparados, mientras

que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

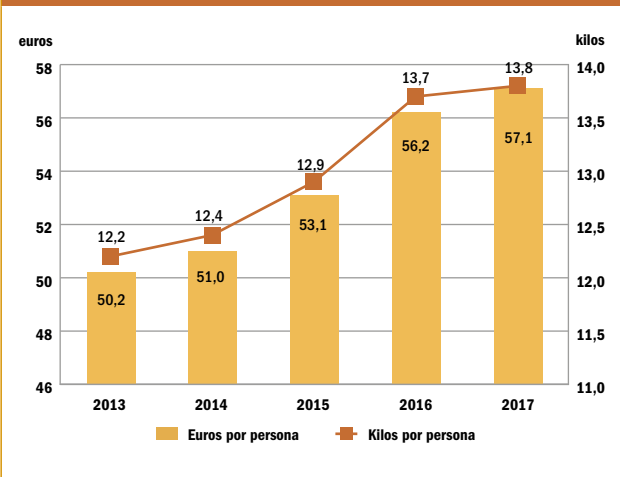
- Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de platos preparados, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas jóvenes sin hijos, retirados, y en el caso de los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos y en el caso de las parejas adultas sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Comunidad de Madrid y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Castilla y León y Galicia. ○

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

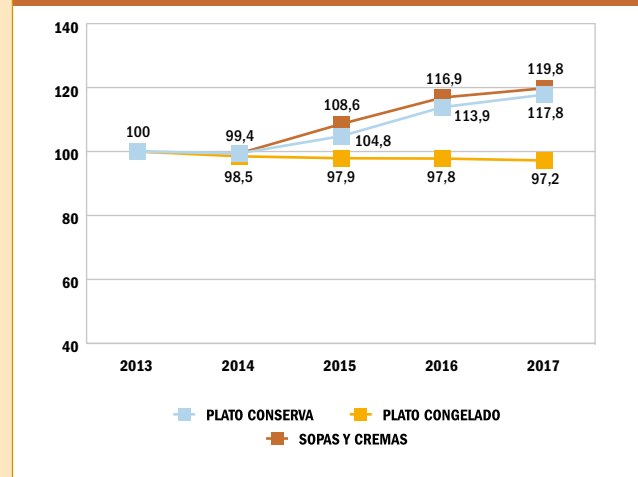
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 1,6 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 6,9 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2017 (13,8 kilos y 57,1 euros por consumidor).

En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de platos preparados en conserva, sopas y cremas aumenta, mientras que en platos preparados congelados se produce un descenso.

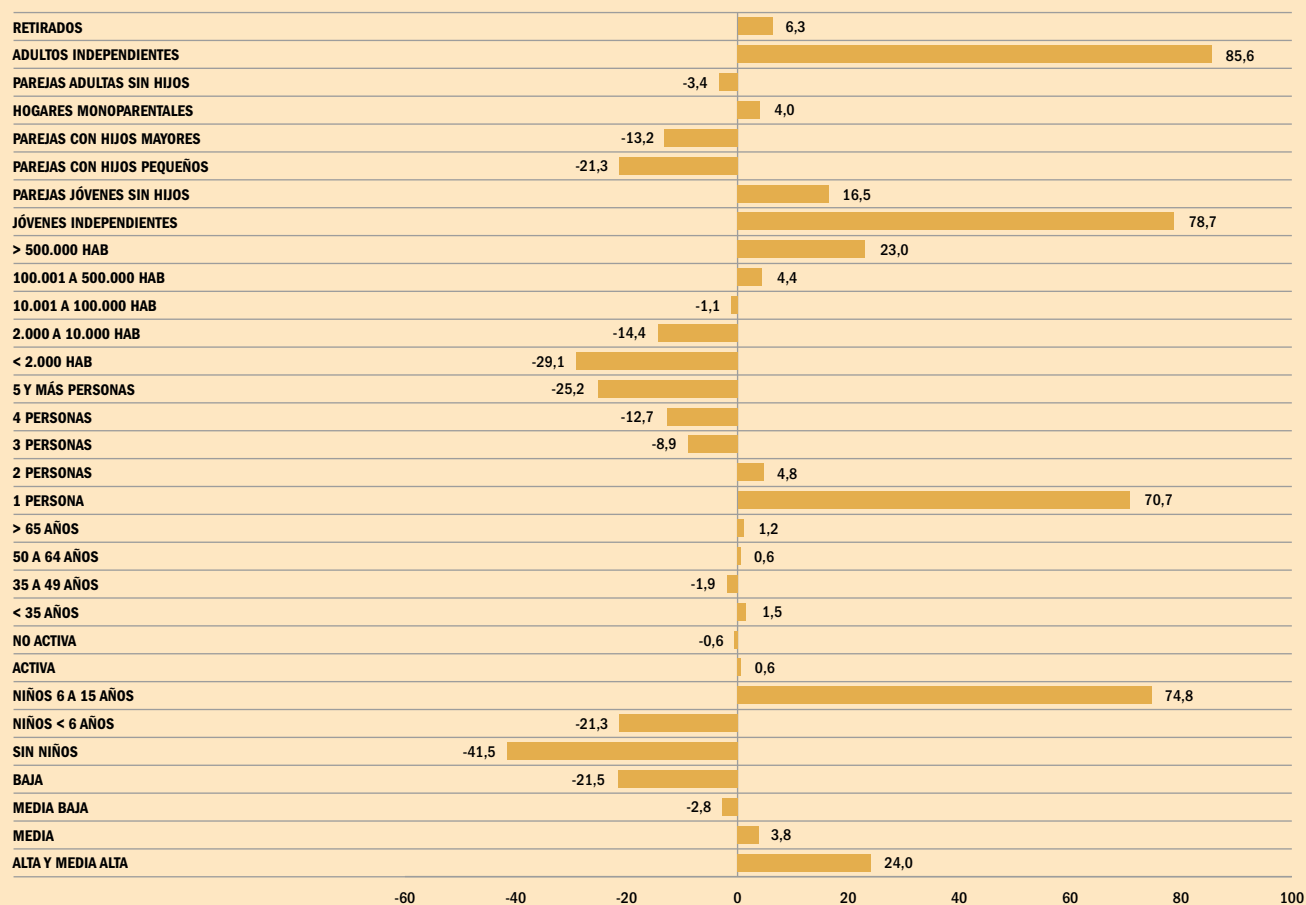
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PLATOS PREPARADOS, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PLATOS PREPARADOS (2013=100), 2013-2017

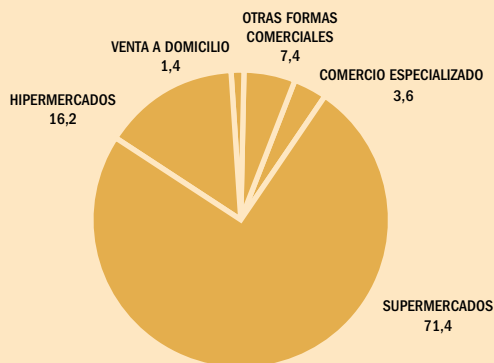


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 13,8 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (74,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 14,9% y los establecimientos especializados llegan al 3,5%. La venta a domicilio representa el 1,2%, mientras que otras formas comerciales alcanzan una cuota del 5,6%. ○



## PRODUCTOS DESHIDRATADOS

Las ventas de platos deshidratados (sopas en sobre, platos de pasta y arroces deshidratados y “noodles”) crecieron un 3% en volumen y un 15% en valor durante el último ejercicio computado. En el libreservicio se comercializaron unos 128 millones de unidades (sobres y cups), por un valor cercano a los 117 millones de euros. Las sopas en sobre y los “platos clásicos” (principalmente de pasta y arroz) redujeron su volumen un 5,4%, quedando en 64,6 millones de unidades de sopas y casi 12 millones de unidades de sobres de platos. En valor su descenso fue del 4,8% en las sopas (41,1 millones de euros), mientras que los platos aumentaron en un 0,3%, hasta 15,3 millones de euros. Los líderes sectoriales son grandes



grupos multinacionales, junto a algunos especialistas sectoriales de capital español. Las marcas blancas representan el 35% de todas las ventas de sopas en volumen y el 24% en valor. Últimamente han adquirido gran importancia las ventas de noodles, con incrementos interanuales del 60%, aunque esa tendencia se ha detenido durante el último año. La empresa más importante de este mercado está asociada con un grupo japonés y controla el 54,2% del total en volumen y el 57,8% en valor. Las marcas de distribución sólo suponen el 3,8% en volumen y del 2,1% en valor.

Un mercado con grandes perspectivas de crecimiento es el de las frutas deshidratadas. Se estima que para 2020 el consumo mundial de frutas deshidratadas crecerá hasta los 4 millones de toneladas. ●

## COMIDA ÉTNICA

La comida étnica forma ya una oferta muy consolidada en el mercado español, aunque con comportamientos muy dispares, dependiendo de su nivel de consolidación entre los consumidores de nuestro país. Así, existen algunas ofertas plenamente asentadas y con síntomas claros de madurez, mientras que otras presentaciones continúan registrando importantes cifras de crecimiento. La comida mexicana, por ejemplo, se encuentra plenamente incorporada en los hábitos de consumo de los españoles y, a pesar de su consolidación, mantiene unas tendencias muy positivas, lo que ha provocado que nuevas empresas incursionen en este mercado. En el último ejercicio, las ventas de comida mexicana aumentaron un 13% en valor, alcanzando los 74 millones de euros, de los que el 61,5% correspondió a las bases de comida y otro 38,5% a los platos mexicanos preparados. Las comidas dirigidas a los colectivos inmigrantes tienen también gran importancia. En nuestro país residen unos 4,5 millones de inmigrantes, lo que constituye un grupo de consumidores muy significativo. Esto hace que algunos productos, como la quínoa, la chía, el agua de coco, la crema de cacahuete, etc., hasta ahora nada habituales en nuestros mercados, aparezcan en los lineales. La comida japonesa constituye también una oferta muy importante, especialmente el sushi, lo que ha provocado la aparición de nuevos fabricantes de producto terminado, junto a la venta de kits pensados para que los consumidores elaboren el producto en casa. Un comportamiento muy diferente es el de noodles, cuyo crecimiento se ha parado en seco. Así, el líder de este segmento únicamente registró un crecimiento del 1% durante el último año. No hay una tipología común para todo el sector empresarial de comida étnica, ya que conviven especialistas en algunas ofertas concretas, importadores y grandes grupos multinacionales. ●

***Las ventas de comida mexicana aumentaron un 13% en valor, alcanzando los 74 millones de euros, de los que el 61,5% correspondió a las bases de comida y otro 38,5% a los platos mexicanos preparados***

## CALDOS Y SOPAS

### Consumo y gasto en caldos y sopas

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 8,2 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron 74 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 1,6 euros de gasto. ●

### CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL CALDOS Y SOPAS</b>	<b>8,2</b>	<b>0,2</b>	<b>74,0</b>	<b>1,6</b>

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de caldos y sopas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de caldos y sopas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de caldos y sopas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 39 y 45 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de caldos y sopas, mientras que los



índices son más reducidos en aquellos hogares formados por cuatro miembros.

- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de caldos y sopas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, entre los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Asturias, Baleares y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Región de Murcia, Andalucía y, sobre todo, a Canarias. ○

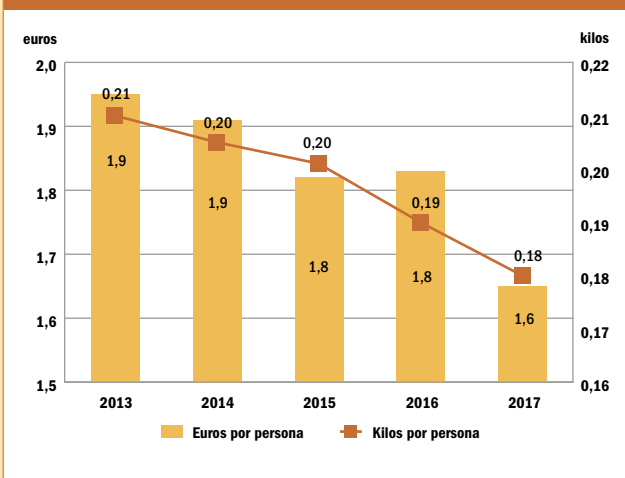




## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

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 30 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013, con 0,21 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2013 y 2014 (1,9 euros por consumidor).

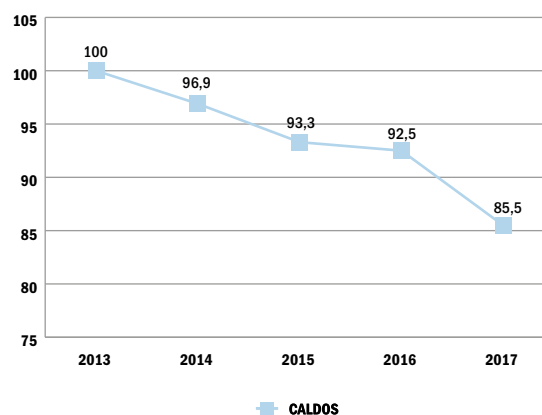
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CALDOS, 2013-2017



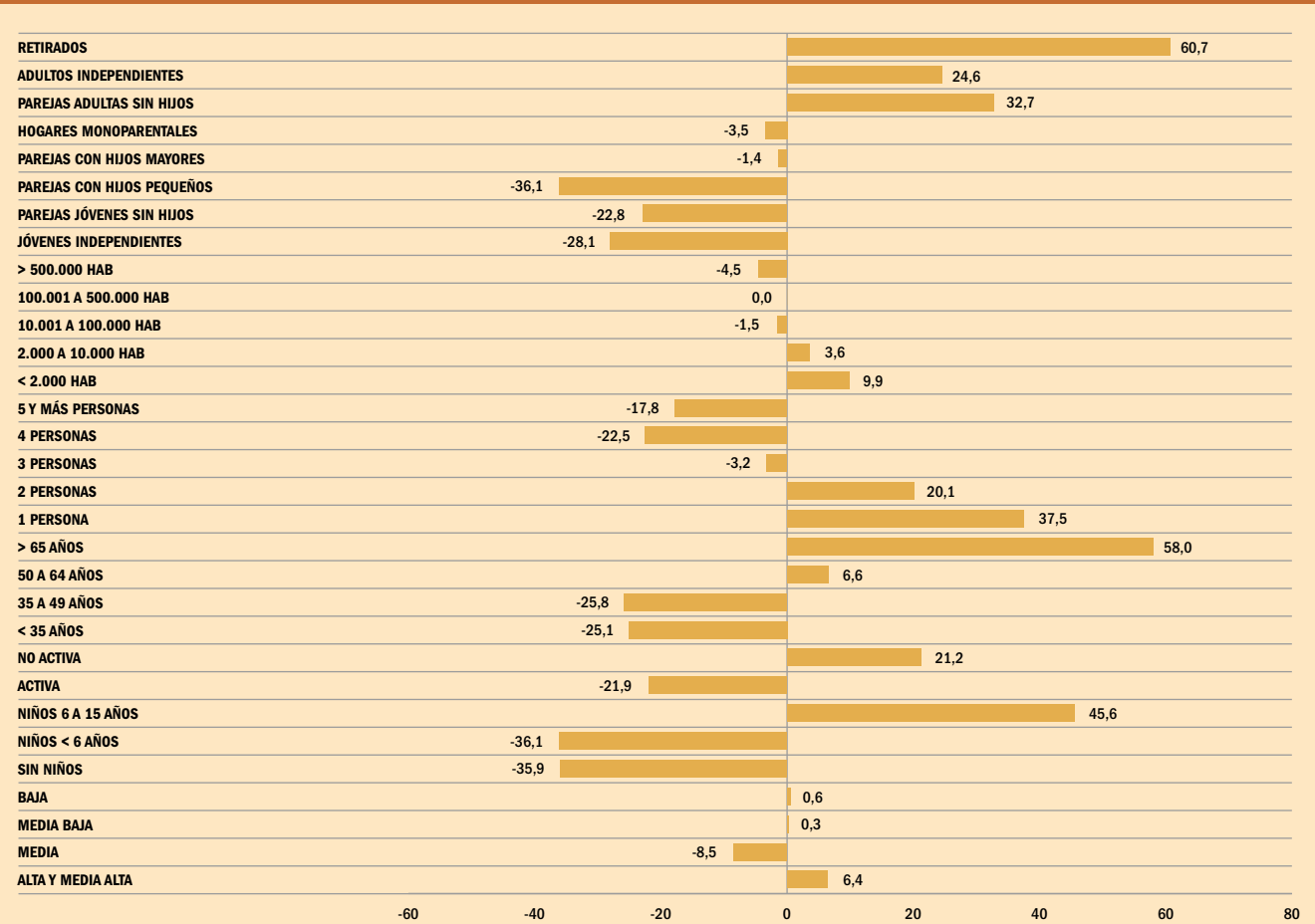
En el periodo 2013-2017 y respecto a la demanda de 2013, el consumo de caldos ha sufrido variaciones, con una caída continuada en los ejercicios 2014, 2015, 2016 y 2017.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CALDOS (2012=100), 2013-2017

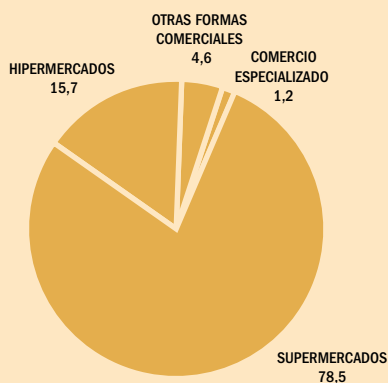


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CALDOS Y SOPAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 0,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALDOS Y SOPAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (78,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,7% y los establecimientos especializados llegan al 1,2%. Las otras formas comerciales suponen el 4,6% restante. ○



## PRODUCTOS DIETÉTICOS

Los datos disponibles sobre el mercado de productos disponibles resultan siempre incompletos, ya que se trata de un conjunto muy heterogéneo de ofertas, con canales de comercialización muy diferentes y con comportamientos que difícilmente pueden sistematizarse. Además, existe una diferenciación compleja entre algunos productos funcionales y los propios alimentos dietéticos. Con todas esas salvedades, se estima que durante 2017, las ventas de productos dietéticos en España rondaron los 965 millones de euros, lo que supone un importante incremento interanual del 7%, algo más pequeña que la registrada en el ejercicio anterior. De todas formas, hay que señalar que la tendencia de este mercado es claramente positiva, ya que las ventas durante 2015 se situaron en torno a los 835 millones de euros, mientras que en 2016 rondaron los 900 millones de euros. Los complementos alimenticios constituyen la principal oferta, rondando los 350 millones de euros, lo que representa el

39% del total de ventas. A continuación aparecen los alimentos para trastornos metabólicos y nutrición enteral, con un valor de 260 millones de euros (29% de todas las ventas), seguidos por las dietas hipocalóricas, con unas ventas de 125 millones de euros (14% del total) y los alimentos dietéticos, con 100 millones de euros (11%). Cierran esta relación las hierbas medicinales, que suponen un mercado de 65 millones de euros, lo que representa el restante porcentaje del 7%. En la distribución organizada, se vendieron alrededor de 9.000 toneladas de alimentos para mantener la línea (+9%). El buen comportamiento del mercado español de productos dietéticos se corresponde con las tendencias mundiales. Así, se estima que durante el pasado año las ventas de complementos alimenticios dietéticos y suplementos para deportistas en el mercado internacional rondaron los 121.200 millones de dólares, con un crecimiento del 5,7%. Se considera que, a nivel europeo, el valor del mercado de los alimentos dietéticos se sitúa por encima de los 25.000 millones de euros anuales. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de productos dietéticos y complementos alimenticios está compuesto por algo más de 650 firmas. Durante los últimos años se ha incrementado el número de operadores. Nuevas compañías se han sentido atraídas por el dinamismo del mercado y sus buenas perspectivas de crecimiento. A pesar

**El mercado está dominado por las ofertas con marca propia, mientras que las marcas de distribución apenas representan el 10% del total en valor**

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.950,00
Grupo Lactalis Iberia, S.A. *	1.250,00
Hero España, S.A. *	176,89
Laboratorios Ordesa, S.L. *	133,50
Go Fruselva, S.L. *	65,00
Liquats Vegetals, S.A. *	56,80
Nutrition & Sante Iberia, S.L.	54,00
Alter Farmacia, S.A. *	51,00
Frías Nutrición, S.A. *	50,00
Casa Santiveri, S.L.	48,30

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

de ese aumento y de que existe una base de pequeños y medianos operadores, con un 70% de empresas que tiene menos de 20 empleados, los niveles de concentración son muy elevados, ya que los cinco grupos más importantes controlan el 33% de todas las ventas. Ese porcentaje aumenta hasta el 50% en el caso de los diez primeros operadores. Entre los líderes sectoriales la penetración de capitales extranjeros es muy significativa. Muy a menudo, se trata de filiales de enormes compañías multinacionales, con estrategias globales de producción y comercialización. El mercado está dominado por las ofertas con marca propia, mientras que las marcas de distribución apenas representan el 10% del total en valor. La principal oferta marquista alcanza una cuota del 40% del total. ○

## DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Tradicionalmente los productos dietéticos eran comercializados en algunas tiendas especializadas, los herbolarios. En la actualidad, hay en nuestro país unos 3.000 herbolarios. Se trata de un segmento clásico que ha sufrido importantes modificaciones en los últimos tiempos, con la irrupción de algunas cadenas especializadas de carácter internacional, que han impulsado la apertura de establecimientos en régimen de franquicia. Así, la tercera empresa del sector ha creado una red de franquicias de más de 120 tiendas.

El fenómeno más importante con respecto a los canales de comercialización de los productos dietéticos ha sido la cada vez más clara hegemonía de la distribución organizada que, en la actualidad, ya acapara más del 70% de todas las ventas de productos de control de peso, dietas hipocalóricas y alimentos sin gluten. Por último, las farmacias controlan también unas cuotas de ventas significativas, debido a que algunos laboratorios médicos incluyen ofertas de productos de control de peso. ○

## PRODUCTOS FUNCIONALES

Se considera que son alimentos funcionales aquellos que, más allá de su aportación de nutrientes, afectan beneficiosamente a una o varias funciones del organismo, proporcionando un mayor estado de salud y bienestar. Constituyen una oferta muy variada de productos que aparecen en prácticamente todos los sectores alimentarios y sobre los que resulta casi imposible presentar unas cifras mínimamente consolidadas. Existen estimaciones muy diversas que indican que los consumidores optan de una manera cada vez más decidida por este tipo de ofertas. Así, se considera que las ventas de pan de molde integral han crecido en un 1,5% durante el pasado ejercicio llegando hasta los 125 millones de euros, mientras que las leches funcionales crecieron un 3,8% en volumen, alcanzado los 590 millones de kilos, por un valor que ronda los 600 millones de euros. Dentro de este segmento son las leches sin lactosa las que muestran un comportamiento más dinámico (+21%). En el caso de las galletas funcionales el crecimiento fue de un más moderado 2%, situándose en unos 223 millones de euros. Dentro de los yogures funcionales, la tendencia fue contraria, disminuyendo sus demandas en un 4,5% en valor, quedando en 834 millones de euros. Tampoco registraron un buen comportamiento los cereales funcionales, con una pérdida en valor del 8,6%, rondando los 124 millones de euros. En

## CONSUMO

*La tendencia del mercado de productos dietéticos y complementos alimentación en nuestro país ha sido muy positiva durante los últimos años, pero todavía se encuentra bastante por debajo de los niveles de consumo de otros países cercanos. Se estima que menos de un 20% de los españoles consume o ha consumido alimentos dietéticos, mientras que en el caso de los alemanes ese porcentaje se incrementa hasta el 45%, entre los franceses supera el 30% y en el Reino Unido se sitúa en torno al 25%.*

*Un rasgo característico en España relacionado con el consumo de productos dietéticos es su fuerte estacionalidad, ya que en torno a un 70% de todas las demandas se concentra durante los meses anteriores al verano o en el propio periodo estival. Se trata de un consumo preferente urbano, con una clara hegemonía de los habitantes menores de 50 años y de las parejas sin hijos que residen en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona. ○*

el caso de las bebidas funcionales, el descenso de las ventas fue de un 7%, quedándose en 184 millones de euros. En cualquier caso, hay que resaltar que las bebidas funcionales suponen el 45% de todo ese mercado en valor y el 48% en volumen. En general, se estima que las ofertas saludables de los alimentos comercializados en España superan ya los 1.100 millones de euros anuales, lo que vendría a ser en torno al 23,5% de las ventas totales en valor y alrededor del 19% en volumen. Se asume que las variedades light e integrales tienen ya una escasa capacidad de crecimiento pero que en la actualidad la innovación apuesta hacia productos más naturales, con funcionalidades concretas y con mejoras sobre la salud. ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*Teniendo en cuenta la heterogeneidad de los alimentos funcionales presentes en el mercado español es imposible hablar de un sector empresarial específico. Lo más habitual es que los principales fabricantes de productos funcionales sean empresas de gran tamaño, muy a menudo enormes compañías multinacionales, ya que se trata de un tipo de ofertas que necesitan de una importante inversión previa en innovación e investigación, lo que sólo resulta factible para unos pocos y*



grandes operadores. Junto a estos líderes sectoriales aparecen, en ocasiones, algunas empresas especialistas que han conseguido un nicho significativo de mercado apostando por algunas ofertas funcionales y saludables, pero esa situación no es la más habitual.

Entre las ofertas más consolidadas, las marcas de distribución ocupan un lugar predominante. Es el caso de las leches

y de las bebidas funcionales. Por el contrario, entre los yogures, las galletas y los cereales funcionales son las ofertas marquiadas las que acaparan la mayor parte de las ventas. Algunos de los mayores grupos alimentarios a nivel mundial apuestan de una manera cada vez más decidida por este tipo de productos y están reconviertiendo sus catálogos para reforzar estas ofertas. ○

## ALIMENTACIÓN INFANTIL

La pirámide demográfica española y la tasa de natalidad son dos variables clave para valorar el futuro del mercado de la alimentación infantil en nuestro país. La tasa de natalidad es muy baja, de tan solo el 8,8%. España presenta una pirámide regresiva, con la base más estrecha que la zona central y un porcentaje de personas mayores muy significativo. La baja tasa de natalidad española es inferior a las de Alemania (9,00%), Reino Unido (11,90%) o Francia (12,00%) y sólo supera a las de Italia (8,00%) y Portugal (8,30%). Fuera de Europa, hay que indicar que las tasas de natalidad de los Estados Unidos y China llegan hasta el 12,40% y el 12,10% respectivamente.

Los menores de 14 años suponen algo menos del 15% de la población española, las personas entre 15 y 64 años constituyen el 61,1 del total, mientras que el restante 19% constituye el porcentaje de los mayores de 65 años. Entre 0 y 4 años hay 1.107.529 niños y 1.043.114 niñas, con edades comprendidas entre 5 y 9 años hay 1.269.088 niños y 1.189.535 niñas y entre 10 y 14 años nos encontramos con 1.223.379 niños y 1.162.537 niñas.

El mercado de alimentos infantiles no supera las 45.000 toneladas y los 270 millones de euros anuales. La principal partida comercializada es la de los potitos, con una cuota del 63,6% del total en volumen y del 45,8% en valor, seguida por las leches infantiles (20,5% y 38,6% respectivamente), las harinas y cereales (15,2% y 14,1%) y los zumos infantiles, con cuotas muy pequeñas del 0,7% en volumen y del 0,5% en valor. Los potitos son los que muestran un mejor comportamiento, con incrementos interanuales del 3,4% en volumen y el 7,7% en valor, mientras que las leches pierden un 1,7% en volumen y un 1% en valor, las harinas, un 3,2% y un 3,4% respectivamente y los zumos incrementan sus ventas en volumen un 6,5% (con cifras de mercado muy bajas), pero pierden en valor un 8,2%. ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de la alimentación infantil se encuentra en manos de unos pocos operadores, normalmente de grandes dimensiones y con una fuerte penetración de capitales internacionales. Aunque hay algunas empresas especialistas que actúan exclusivamente en este sector y algunos laboratorios farmacéuticos que incorporan algunos alimentos destinados a los consumidores infantiles, lo más habitual es que se trate de una línea de negocio dentro de una oferta más amplia. El primer grupo dentro del sector de la alimentación dietética e infantil registra una facturación de 1.950 millones de euros anuales y es una de las más grandes compañías alimentarias a nivel mundial. El segundo operador alcanza una ventas de 1.250 millones. Estos dos grandes gigantes alimentarios controlan alrededor del 75% del mercado total de alimentos infantiles. Por detrás de ellos, la tercera empresa presenta una facturación de 177 millones de euros, mientras la cuarta ronda los 133,5 millones de euros y la quinta alcanza los 65 millones de euros. Las marcas de distribución tienen menos importancia en este mercado de lo que suele ser habitual. De todas maneras, el constante crecimiento de las ventas de alimentos infantiles en la distribución organizada está contribuyendo a que las marcas blancas empiecen a tener una cierta significación. En hipermercados y supermercados, las marcas de distribución representan el 18% de todas las ventas en volumen y el 14% en valor, mientras que la primera oferta con marca de fabricante presenta unos porcentajes del 42,9% en volumen y del 38,6% en valor y la segunda llega hasta el 32,5% y el 38,6% respectivamente. ○

## DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Tradicionalmente los alimentos destinados al público infantil eran vendidos de manera casi exclusiva en las farmacias, pero esa situación ha cambiado de forma drástica durante los últimos tiempos, con la irrupción cada vez más importante de los gran-

des establecimientos de la distribución organizada. En la actualidad, las farmacias venden alrededor de una tercera parte del total de alimentos infantiles en volumen, aunque en valor ese porcentaje se incrementa hasta casi el 50%. Las ofertas que tienen un mayor peso en las ventas que tienen lugar en las farmacias son las leches infantiles, y en particular las leches en polvo, mientras que los supermercados e hipermercados muestran un claro protagonismo en la comercialización de los potitos y comidas infantiles y, en menor medida, de las papillas, cereales y zumos infantiles. De año en año, las ventas en la distribución organizada tienden a crecer, ya que los productos con mayor dinamismo se venden prioritariamente en esos establecimientos. Muchos fabricantes de alimentos infantiles se han especializado en uno u otro canal de distribución, aunque los grandes operadores del sector, y particularmente los dos grupos hegemónicos, tienen una fuerte presencia tanto en la distribución organizada como en el canal de las farmacias. ○

### COMERCIO EXTERIOR

No disponemos de estimaciones contrastadas sobre las dimensiones del comercio exterior de alimentos infantiles. La principal razón es que muchos movimientos entre diferentes filiales de las grandes compañías multinacionales que dominan este mercado no quedan reflejadas en las estadísticas disponibles. En términos generales, se considera que tanto importaciones como exportaciones se acercan a las 200.000 toneladas anuales, con una cierta preponderancia de las primeras con respecto a las segundas.

En el último año, el principal fabricante de nuestro país ha modernizado su fábrica de papillas infantiles, alcanzando una producción de 18.500 toneladas, de las que el 70% se vende fuera de nuestras fronteras, fundamentalmente a países de Oriente Medio, Reino Unido y Francia. Los grandes líderes sectoriales tienden a instalar plantas con grandes capacidades productivas para abastecer los mercados regionales. ○

### CONSUMO

Los consumos medios de alimentos infantiles en nuestro país se sitúan en torno a los 44 kilos de potitos y comidas infantiles al año, a los que hay que añadir 34 kilos de harinas y papillas y alrededor de 30 litros de leches infantiles. El consumo de zumos infantiles es todavía muy poco significativo. Estos niveles han

disminuido de forma notable en los últimos años, como consecuencia de la crisis experimentada, lo que redujo drásticamente el número de mujeres trabajadoras. En los dos últimos años se ha registrado una cierta recuperación de los consumos de este tipo de alimentos. En las zonas urbanas, y de forma más acusada todavía en las grandes ciudades, se registran los consumos más elevados de alimentos infantiles, seguidas por las zonas sur y del centro peninsular. Los consumos más bajos aparecen en las comunidades del litoral cantábrico. A nivel mundial el 49% del valor de ventas de alimentos para bebés tienen lugar en la zona de Asia Pacífico, el 27% de Europa y el 19% de América del Norte. Los crecimientos más acelerados en las ventas se observan en América Latina, África y Oriente Medio. ○

## ALIMENTOS PARA NIÑOS

En España hay cerca de 7 millones de niñas/os menores de 14 años, lo que conforma un grupo importante de consumidores con sus propias demandas, lo que atrae a muchas empresas alimentarias. De todas maneras, la situación de ese segmento de población no presenta unos rasgos homogéneos. Según UNICEF, España es el 6º país con más desigualdad infantil de la OCDE y el 4º de la UE, por delante de Rumanía, Bulgaria y Grecia. Más de un tercio de los niños españoles vive en riesgo de pobreza o exclusión social. Junto a esto, según la OMS, entre 1975 y 2016, la prevalencia de la obesidad infantil en nuestro país ha aumentado del 3% al 12% y en niñas, del 2% al 8%, mientras que el porcentaje de sobrepeso infantil se sitúa en torno al 23%.

No puede hablarse en sentido estricto de un sector alimentario específico dirigido al público infantil y adolescente. Fundamentalmente se trata de algunas ofertas orientadas de forma preferente hacia esos 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 esos niños y adolescentes pueden alcanzar una facturación superior a los 750 millones de euros anuales. Las ofertas más consolidadas y con un fuerte nivel de aceptación se encuentran en sectores como los 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, cármico, (salchichas, embutidos, patés y foie gras, etc.), platos preparados y precocinados, snacks, etc. ●

## ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS

El mercado español de especias y condimentos mantiene un ritmo continuado de crecimiento. Así, durante 2017 el mercado controlado de especias, colorantes y hierbas creció en un 4,8% en volumen, hasta llegar a cerca de 4.780 toneladas, mientras que en valor su crecimiento fue del 5,9%, alcanzando los 130 millones de euros. Las ventas de especias y colorantes se situaron en algo menos de 3.340 toneladas y 88,6 millones de euros, mientras que 1.441 toneladas y algo más de 41 millones de euros fueron las cifras del mercado de hierbas. Entre las especies, la pimienta acaparó el 16,5% de todas las ventas en valor y el 18,9% en volumen, seguida por el azafrán (14,8% en valor y apenas 0,7% en volumen), el pimentón (14,4% y 23,8%), la canela (10,6% y 9,3%), los colorantes (6,9% y 14%), el comino (3% y 4,7%) y la nuez moscada (2,7% en valor y 2,3% en volumen). Entre las hierbas, el ajo es la principal partida, con cuotas del 27,1% del total en valor y del 48,9% en volumen. A mucha distancia aparecen el orégano (17,4% y 13,3%), el perejil (15,2% y 7,7%), el laurel (8,5% y 3,6%),

las mezclas de hierbas (4,4% y 4,6%) y el tomillo (3,6% en valor y 2,7% en volumen).

El mercado de las salsas ambiente presenta también unas tasas de crecimiento bastante significativas. Así, durante el pasado año, las ventas en volumen llegaron hasta cerca de 261.670 toneladas, con un incremento interanual del 1,4%, mientras que su crecimiento en valor fue de un 2%, alcanzando los 615,7 millones de euros. El tomate frito aparece como la principal oferta, con cuotas del 59,9% del total en volumen y del 38,7% en valor. A continuación aparece la mayonesa, con el 19,9% y el 15,9%, seguida por el ketchup y la mostaza (9,6% en volumen y 11,4% en valor; en este caso el ketchup supone el 88,1% de todas las ventas de esta partida), las salsas frías (7% y 15,9%) y las salsas para cocinas y deshidratadas, con porcentajes del 3,6% en volumen y del 8,1% en valor. Dentro del mercado del tomate frito, las presentaciones normales acaparan el 80,1% de todas las ventas en volumen y el 64,8% en valor. En el caso de la mayonesa, esos porcentajes se reducen al 62,3% y el 57,3% respectivamente. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tradicionalmente el sector empresarial de especias y condimentos se caracterizaba por su gran atomización y su carácter semiartesanal. Esa realidad de muchos y pequeños operadores con áreas de influencia muy localizadas ha dado paso a un sector moderno, dominado por unos pocos y grandes grupos, entre los que aparecen especialistas de capital esencialmente español junto a filiales de grandes compañías multinacionales, que comparten una apuesta decidida por la internacionalización. La principal empresa del sector registra unas ventas cercanas a las 73,5 millones de euros anuales, mientras que la segunda ronda los 71 millones de euros, la tercera se sitúa en los 41 millones de euros, la cuarta alcanza los 24 millones de euros y la quinta aparece ligeramente por debajo de los 23,5 millones de euros. Las marcas de distribución tienen una gran importancia en este mercado y acaparan el 66,4% de todas las ventas en volumen y el 47,5% en valor. La primera oferta marquista presenta unos porcentajes respectivos del 9,9% y del 20%, mientras que la segunda se sitúa en el 8,5% y el 12,7% y la tercera representa el 2,5% del total en volumen y el 3,8% en valor.

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.950,00
Deoleo, S.A. - Grupo *	695,21
Unilever España, S.A. - Grupo *	616,00
Mondelez España - Grupo *	550,00
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) *	523,20
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	200,00
Compre y Compare, S.A. *	194,00
Grupo Helios *	177,00
Hero España, S.A. *	176,89
Primaflor, S.L. - Grupo *	160,69

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

El mercado de las salsas está dominado de manera muy clara por grandes grupos internacionales, entre los que se insertan algunos especialistas españoles de sectores afines, como los de las conservas vegetales o el aceite. ○

**PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS**

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Borges Agricultura & Industrial Edible Oils, S.A.*	460,00
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	200,00
Grupo Conservas Dani*	76,00
Bolton Cile España, S.A.*	73,00
Ramón Sabater, S.A.*	71,50
Jesús Navarro, S.A. *	69,58
Aceites García de la Cruz, S.L. *	50,00
Herbex Iberia, S.L. *	38,44
Manufacturas Ceylan, S.L. *	37,98
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	37,62

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

El primer fabricante de salsas ambiente registra una producción de 70.000 toneladas, mientras que el segundo llega hasta las 65.000 toneladas, el tercero se sitúa en las 40.000 toneladas, el cuarto se acerca a las 39.610 toneladas y el quinto alcanza las 33.000 toneladas. Las marcas de distribución son también muy importantes en el mercado de las salsas. Así, acaparan el 70,2% de todas las ventas en volumen y el 59,8% en valor del tomate frito, el 41,3% y el 28,4% en el caso de la mayonesa, el 55,6% y el 35,5% en el del ketchup y la mostaza y el 49,2% en volumen y el 33,9% en valor de las ventas de salsas para cocinar y deshidratadas. La primera oferta marquista en el caso del tomate frito llega al 12,4% del total en volumen y el 13,6% en valor. ○

**La exportación aparece como la principal estrategia de muchos de los principales operadores del sector de especias y condimentos para mantener e incrementar sus niveles de producción**

**COMERCIO EXTERIOR**

La exportación aparece como la principal estrategia de muchos de los principales operadores del sector de especias y condimentos para mantener e incrementar sus niveles de producción. Aunque las únicas especias con una producción significativa en nuestro país son el pimentón y el azafrán, y en menor medida el orégano, los grandes grupos sectoriales basan sus estrategias de sostenibilidad en los mercados exteriores, debido a la madurez de las demandas internas. Muchas de las empresas fabricantes de pimentón han ampliado su listado de clientes fuera de nuestras fronteras, consiguiendo que las exportaciones se incrementen en cifras superiores al 10% anual. Algo similar ocurre en el caso del azafrán. Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea, Estados Unidos y los países árabes.



Se considera que las exportaciones españolas de especias superan los 300 millones de euros anuales. Las importaciones de especias son también importantes. Se importan anualmente unas 60.000 toneladas de especias, cuyo valor supera los 170 millones de euros, provenientes mayoritariamente de Perú, China e Irán. Entre las salsas, las principales exportaciones son las mayonesa y ketchup. En ambos casos, los mercados de destino son otros países de la Unión Europea. El valor total de las partidas exportadas supera los 200 millones de euros anuales, mientras que las importaciones, también básicamente intracomunitarias, se sitúan por encima de los 100 millones de euros. En el caso de las importaciones, la mostaza es la principal partida. ○



## CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 118,7 millones de kilos de salsas y gastaron 432,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,6 kilos de consumo y 9,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,2 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,5 kilos per cápita) y de la mostaza (0,1 kilos por persona al año). El resto de salsas supone 0,8 kilos per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 36,8%, con un total de 3,5 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 12,6% y un total de 1,2 euros por persona al año,



y la mostaza supone el 3,2% del gasto total en salsas, con 0,3 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, un 47,4%, con 4,5 euros por persona al año. ○

### CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL SALSAS</b>	<b>118,7</b>	<b>2,6</b>	<b>432,4</b>	<b>9,5</b>
KETCHUP	22,1	0,5	54,3	1,2
MAYONESA	54,0	1,2	160,0	3,5
MAYONESA LIGHT	11,8	0,3	37,7	0,8
MOSTAZA	3,1	0,1	12,4	0,3
OTRAS SALSAS	39,4	0,8	205,7	4,5

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras que los in-

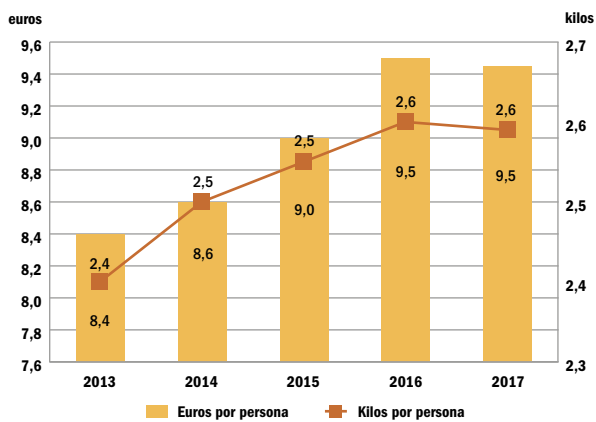
dices son más reducidos en los hogares formados por cuatro miembros.

- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Cantabria y la Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, La Rioja y Galicia. ○

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,2 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1,1 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en los ejercicios 2016 y 2017 (2,6 kilos y 9,5 euros por consumidor).

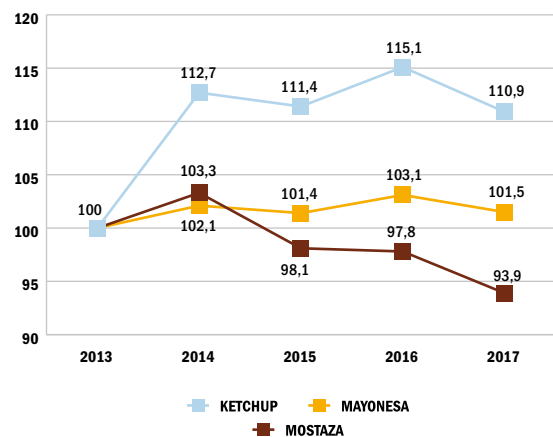
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SALSAS, 2013-2017



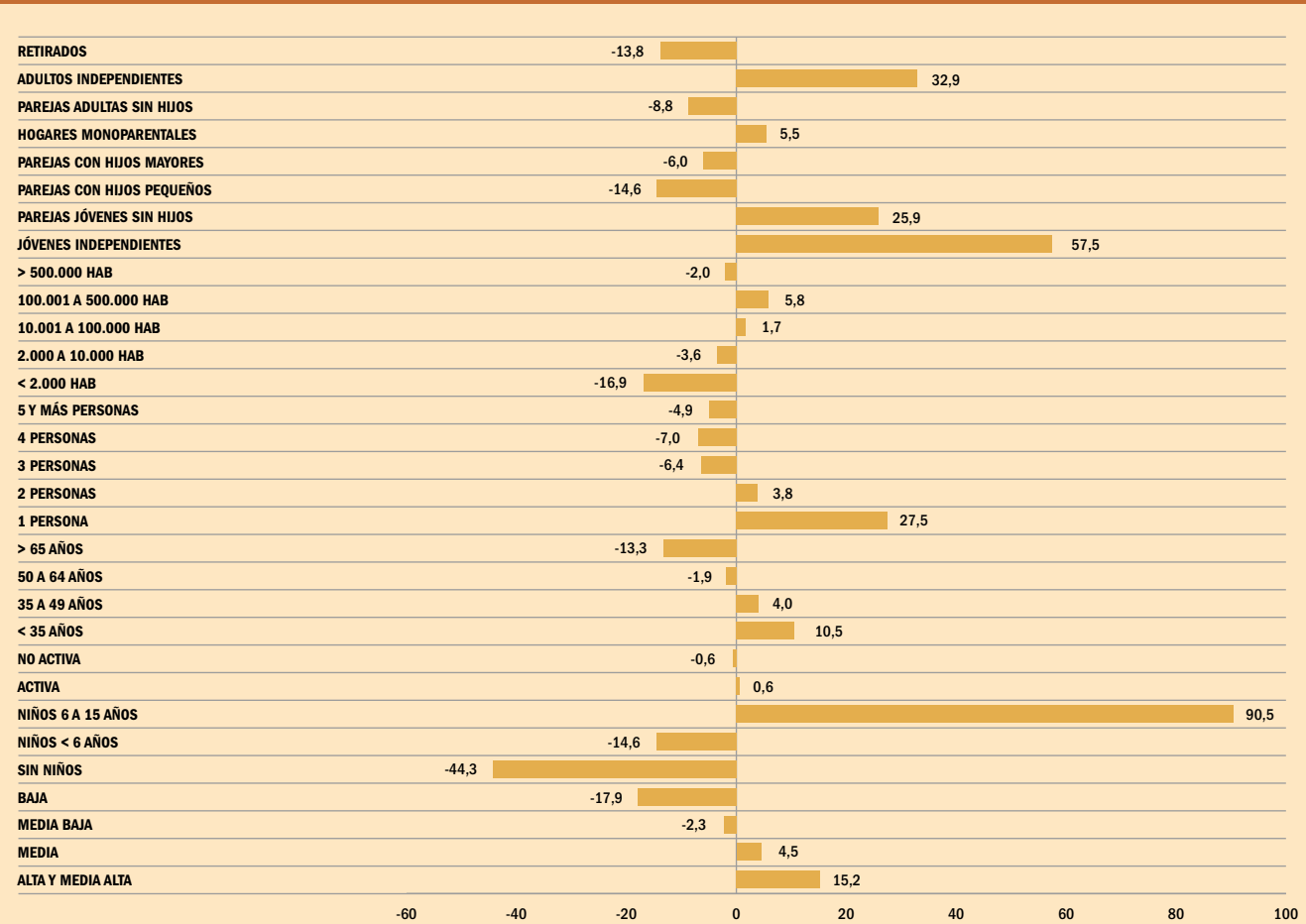
En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de mostaza y mayonesa aumenta, mientras que en el caso del ketchup se produce un descenso.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE SALSAS (2013=100), 2013-2017

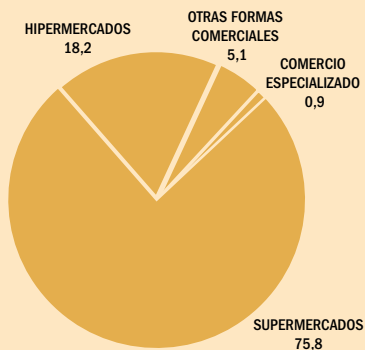


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SALSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 2,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (75,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 18,2%. Los establecimientos especializados representan un 0,9% y las otras formas comerciales el 5,1% restante. ○



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS

### CANARIAS

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**COCHINILLA DE CANARIAS**

### CASTILLA-LA MANCHA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**AZAFRÁN DE LA MANCHA** ◊

### EXTREMADURA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**PIMENTÓN DE LA VERA** ◊

### MURCIA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**PIMENTÓN DE MURCIA** ◊

*Denominación en tramitación*

◊ *Inscrita en el Registro de la UE*

## Cochinilla de Canarias



DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica de producción de la Cochinilla, abarca las siete islas del archipiélago Canario. En Tenerife, Gran Canaria, La Gomera, La Palma y El Hierro, la cochinilla se produce en la zona de costa y en la zona de medianías hasta 1.200 msnm. En Fuerteventura y Lanzarote, la zona de producción abarca todo el territorio agrario por debajo de los 600 msnm.

**CARACTERÍSTICAS:** Es el producto en bruto de origen animal obtenido en Canarias resultante de la desecación natural de las hembras adultas del insecto hemíptero de la familia de los cócidos *Dactylopius coccus* (conocido tradicionalmente como cochinilla), una vez recolectado de las palas de la tunera (*Opuntia ficus indica*). La textura del producto es de apariencia granulosa y seca al tacto. Contenido en ácido carmínico: mayor o igual a 19 % sobre sustancia seca y humedad: menor o igual a 13 %. El color varía dentro de la gama de gris oscuro al negro, con tonalidades rojizas y blanquecinas por los restos de la cera algodonosa que protege al gránulo. Las fases de la producción que deben llevarse a cabo en la zona geográfica son: cultivo de la planta huésped, inoculación, desarrollo y recolección del insecto, secado del producto cribado y acondicionamiento antes del envasado. El envasado se debe efectuar de la forma más inmediata posible al secado y cribado, motivo por el cual el envasado del producto final debe producirse en la zona geográfica de Canarias y concretamente en el lugar de producción, evitando así cualquier alteración de las características fisicoquímicas y organolépticas del producto, al objeto de salvaguardar su calidad.

**DATOS BÁSICOS:** Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.





## Azafrán de La Mancha<sup>®</sup>

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 320 productores y 5 empresas envasadoras, que producen y comercializan 520 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.



## Pimentón de La Vera<sup>®</sup>

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción amparada abarca 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres, con unas 994 hectáreas en la comarca de La Vera, que goza de un microclima privilegiado y suelos con gran proporción de materia orgánica.

**CARACTERÍSTICAS:** Los pimientos son del género *Capsicum annum* 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 457 agricultores y 12 empresas cuya producción supera los 2,5 millones de kilos anuales, de los que 1,4 millones de kilos se venden con DOP.

## Pimentón de Murcia<sup>®</sup>

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 annum* 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 producción española de sal llegó durante el pasado año hasta los 5,44 millones de toneladas, de los que apenas un 4% se destina a la industria alimentaria, el tratamiento de aguas y la exportación. El primer productor mundial de sal es China, con más de 62 millones de toneladas, seguida por Estados Unidos (40,2 millones de toneladas), India (24,5 millones de toneladas) y Alemania (19 millones de toneladas). En la Unión Europea, nuestro país se sitúa en el quinto lugar, con una cifra de producción muy similar a la de Polonia. Por encima de España aparecen Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido.

Según el MAPAMA el consumo de sal en los hogares llegó hasta algo menos de 51.850 toneladas, con un descenso interanual del 1,8%, por un valor de 23,2 millones de euros, ligeramente por encima del ejercicio precedente. Para enfrentarse a esta tendencia a la baja en las demandas de sal para consumo humano, la industria salinera está apostando por las sales especiales. Estas sales, aunque todavía muy minoritarias, registran tasas de crecimiento interanual que rondan el 15%. Dentro de esta heterogénea oferta aparecen los molinillos de sal marina, la sal rosa, las flores de sal, las escamas de sal, sales de frutas, etc. En España hay 21 grandes empresas productoras de sal, además de algunos pequeños grupos. El grupo líder en nuestro filial es una filial de una compañía francesa y extrae unas 145.000 toneladas de sal al año, de las que el 14% se destina al consumo hu-



mano. Las exportaciones españolas de sal llegaron hasta las 185.300 toneladas, con una reducción interanual del 8,2%, mientras que su valor se incrementó en un 8,7%, hasta los 18,6 millones de euros. Por su parte, las importaciones son mucho menos importantes, quedando en 19.305 toneladas y 7,2 millones de euros. ●

### CONSUMO Y GASTO EN SAL

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 51,7 millones de kilos de sal y gastaron 23 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, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL SAL</b>	<b>51,7</b>	<b>1,1</b>	<b>23,0</b>	<b>0,5</b>

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por 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 (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, entre los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Región de Murcia y Andalucía cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y La Rioja. ○

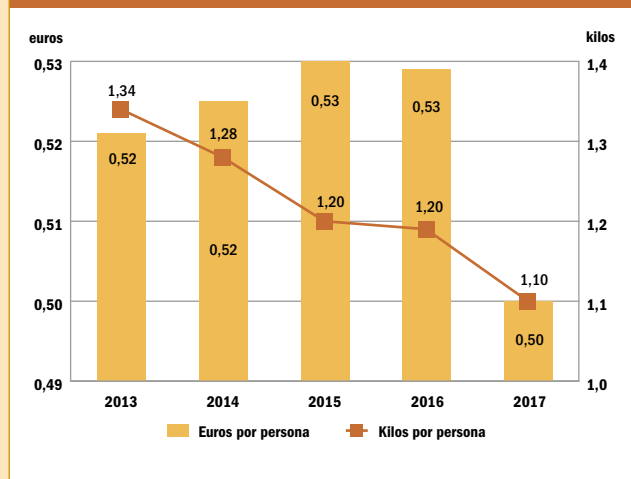
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de sal se ha mantenido estable, con pequeños descensos entre los ejercicios 2013 y 2017, y el gasto ha experimentado un descenso de dos céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2013 (1,34 kilos por persona), mientras que el mayor

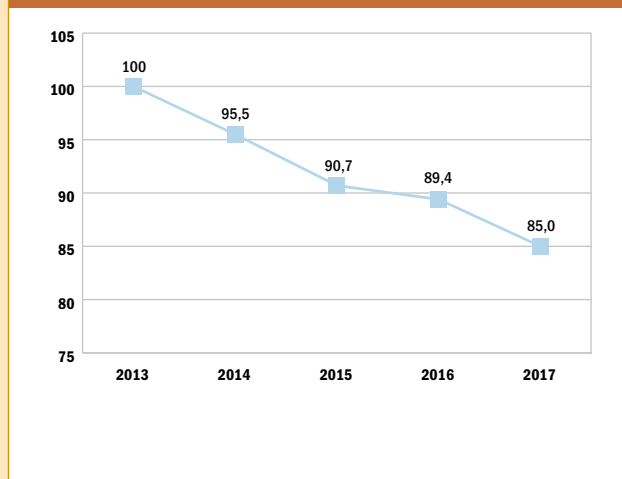
gasto se produjo en los ejercicios 2015 y 2016 (0,53 euros por consumidor).

En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sal durante el periodo 2013-2017, y respecto a la demanda de 2013, se ha producido un descenso continuado desde el año 2013 hasta el ejercicio 2017.

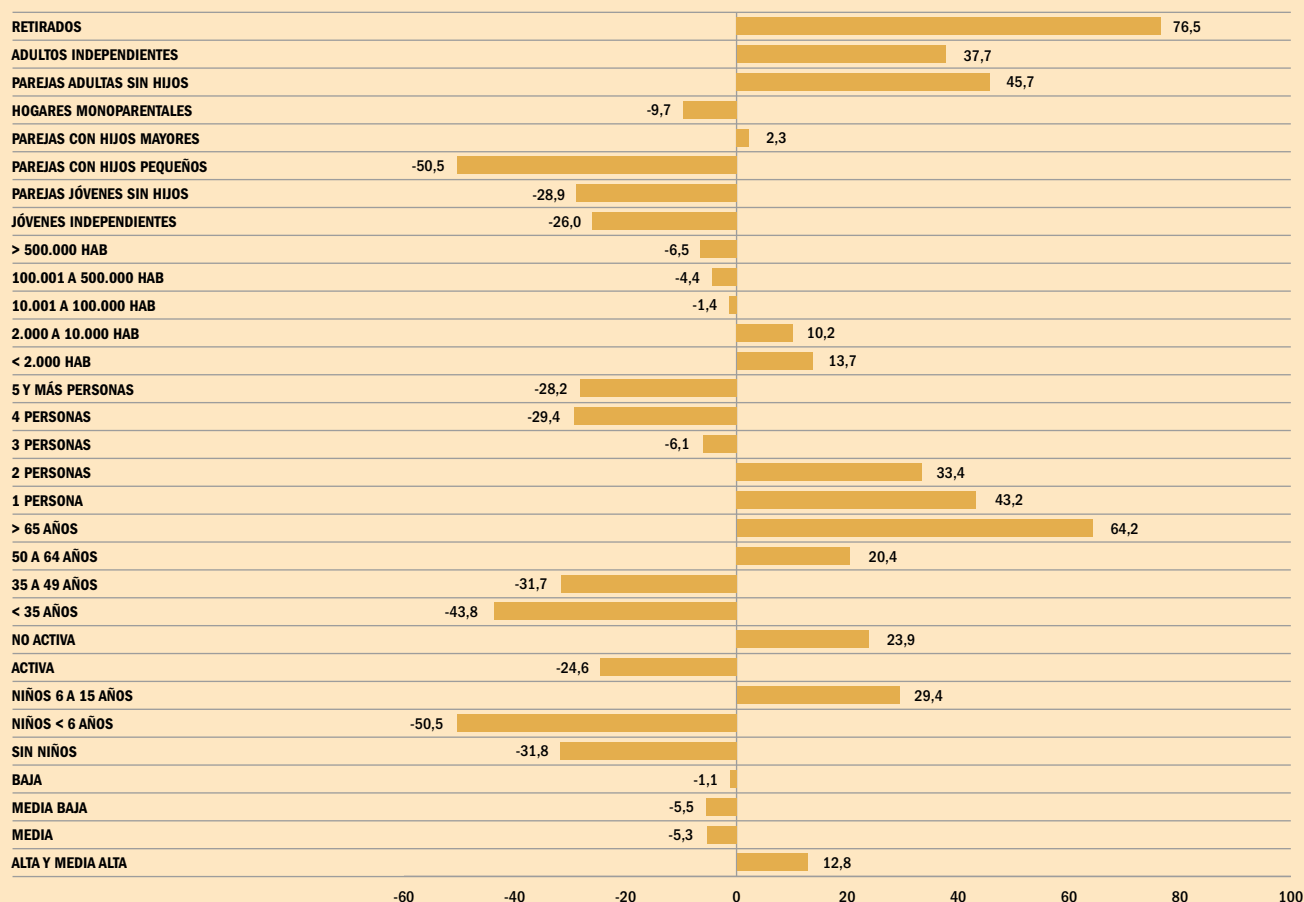
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SAL, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SAL (2013=100), 2013-2017

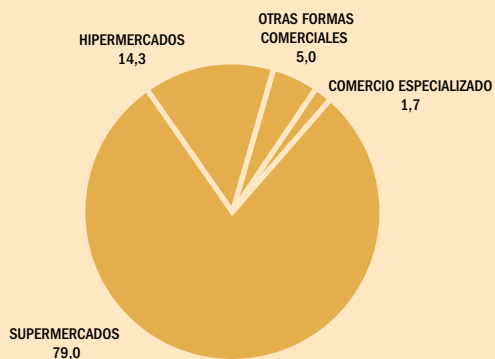


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SAL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



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

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (79% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,3% y los establecimientos especializados llegan al 1,7%. Las otras formas comerciales suponen el 5% restante. ○





## VINAGRE

En nuestro país se producen alrededor de 1,65 millones de hectolitros de vinagre de vino. Los vinagres provenientes de vino blancos son los más importantes, con casi, 1,15 millones de hectolitros. Por su parte, los vinagres elaborados con vinos con denominaciones protegidos llegan hasta los 560.000 hectolitros, de los que 395.000 hectolitros provienen de vinos blancos. Estas cifras, indican que 1,09 millones de hectolitros de vinagre son elaborados con vinos sin ningún tipo de denominación de origen o IGP. Aparte de estas cantidades, hay algunas pequeñas partidas de vinagres de manzana, elaboradas principalmente en Asturias, seguida a mucha distancia por el País Vasco, Navarra y Cataluña. También tienen importancia los vinagres de alcohol. En nuestro país hay denominaciones de origen de vinagre en Andalucía (Jerez, Montilla-Moriles y Condado de Huelva). El vinagre de Jerez es el más importante, con una producción que supera los 700.000 hectolitros anuales. La escasez de vino disponible para la elaboración de vinagre ha hecho que la última campaña sea complicada para el sector y ha incrementado de manera muy notable los precios. Además aparece una



denominación de calidad en Aragón (Calatayud), con una producción de alrededor de 300.000 litros anuales, que se comercializa únicamente embotellado.

Dentro de la distribución organizada, los vinagres de vino blanco aparecen como la oferta más consolidada, con porcentajes cercanos al 70% de todas las ventas en volumen y el 30,5% en valor. A bastante distancia se sitúan los vinagres de manzana, con cuotas del 11,9% en volumen y el 11,3% en valor, seguidos por los vinagres balsámicos (8,3% y 43,6% respectivamente), los de vino tinto (7,4% y 3,7%) y los de vino de Jerez (1,9% y 7,1%). ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del vinagre en España presenta una peculiaridad que lo diferencia de otros países de nuestro entorno. En nuestro país aparecen un gran número de pequeñas y medianas empresas productoras y comercializadoras de vinagre, lo que no constituye un rasgo habitual. Así, por ejemplo, en Holanda o Dinamarca se encuentra en actividad un único fabricante, mientras que en Francia, con una producción que duplica la española, están registradas 17 empresas fabricantes de vinagre.

En España aparecen registradas algo más de 40 empresas elaboradoras de vinagre, aunque ya se detectan importantes procesos de concentración. En el caso de la DO de vinagre de Jerez hay 23 empresas productoras, con una facturación conjunta que supera los 16 millones de euros. El líder sectorial en el mercado español del vinagre apenas tiene una cuota del 8% del total en volumen y algo más del 5% en valor, mientras que el segundo operador se sitúa en el 2,5% en volumen y el 2,2% en valor. Las marcas blancas son muy importantes, con porcentajes cercanos al 80% de todas las

ventas en volumen, superando el 50% en valor. Entre los vinagres balsámicos, las marcas blancas controlan el 42% del total de ventas en volumen y el 35% en valor. ○

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Borges Agricultura & Industrial Edible Oils, S.A.*	460,00
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	200,00
Grupo Conservas Dani*	76,00
Bolton Cile España, S.A.*	73,00
Ramón Sabater, S.A.*	71,50
Jesús Navarro, S.A. *	69,58
Aceites García de la Cruz, S.L. *	50,00
Herbex Iberia, S.L. *	38,44
Manufacturas Ceylan, S.L. *	37,98
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	37,62

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un recurso fundamental para la supervivencia del sector empresarial español del vinagre, ya que las demandas internas son insuficientes para absorber el volumen de producción alcanzado. Las ventas en el exterior del vinagre de nuestro país llegan hasta los 47 millones de litros, por un valor que ronda los 30 millones de euros, mientras que las importaciones se sitúan en unos muchos más bajos 16,5 millones de litros, aunque su valor llega hasta casi los 15 millones de euros. El precio medio de las partidas exportadas es de 0,63 euros/ litro frente a los 0,91 euros/litro de los vinagres importados.

Los principales clientes de los vinagres españoles son, por este orden, Reino Unido (24% del total en volumen), Francia (20,7%), Italia (18%) y Estados Unidos (12%). Atendiendo al valor de las partidas exportadas, el primer lugar es ocupado por Estados Unidos, seguido por Francia y Reino Unido. Los vinagres de vino a granel constituyen el grueso de las exportaciones españolas, seguidos por los vinagres de vino envasados, otros vinagres a granel y otros vinagres embotellados. Dentro del vinagre con DO Jerez, el 56% se exporta, dirigiéndose mayoritariamente a Francia (38% del total).

En el caso de las importaciones, destacan las de vinagre balsámico de origen italiano, aunque se han reducido claramente en los últimos años al elaborarse ya en España, seguidas a bastante distancia por las de vinagre de manzana. ○

## CONSUMO

El consumo español de vinagre se sitúa en unos modestos 1,5 litros por persona y año, muy lejos de otros países europeos, entre los que destacan Bélgica, con 2,7 litros per cápita, Alemania (2,2 litros) y Francia (1,9 litros). Por debajo de los consumos españoles aparecen los de Polonia (1,2 litros), Portugal (0,8 litros) y Finlandia (0,6 litros). En el caso de los Estados Unidos, casi un 70% de su población consume vinagres de alcohol de cereales. En el área mediterránea los vinagres de vino son los más demandados, mientras que en el Reino Unido, los más populares son los vinagres de cebada malteada. En nuestro país han crecido en los últimos años las demandas de los vinagres de mayor calidad, con denominación de origen, y los vinagres balsámicos. ○



*Los principales clientes de los vinagres españoles son, por este orden, Reino Unido (24% del total en volumen), Francia (20,7%), Italia (18%) y Estados Unidos (12%)*



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINAGRE DE JEREZ ◊

VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA ◊

VINAGRE MONTILLA-MORILES \*\*\*\*



## ARAGÓN

## MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

VINAGRE DE VINO

## LA RIOJA

## REGISTRADO Y CERTIFICADO

VINAGRES VÍNICOS

\*\*\*\*Protección Nacional Transitoria

◊ Inscrita en el Registro de la UE

## Vinagre del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIONES DE ORIGEN  
CONDADO DE HUELVA  
VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA  
Y VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción de vinagre protegida se extiende sobre una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo repartidas en 18 municipios de la provincia de Huelva, coincidentes con la denominación de origen de los

vinos Condado de Huelva.

**CARACTERÍSTICAS:** Se obtiene a partir de vinos procedentes de la DO que son sometidos a un proceso de acetificación, clarificación y filtración y que posteriormente se someten a envejecimiento y son enriquecidos con vino generoso que aumenta el residual de alcohol y que al reaccionar con el ácido acético mejora el aroma del vinagre. Se producen Vinagres del Condado de Huelva, que son los del año, y Vinagres Viejos del Condado de Huelva, que son de tres tipos: Solera, envejecido mediante el sistema de criaderas y soleras durante un tiempo superior a seis meses e inferior a un año; Reserva, con el mismo tipo de envejecimiento pero con un tiempo superior a un año, y Añada, envejecido mediante el sistema de añadas durante más de tres años.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran 11 empresas bodegueras, que producen más de 3,5 millones de litros de vinagre comercializados con la DO.

## Vinagre de Jerez

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 8.000 hectáreas de los municipios de Chipiona, Rota, Puerto Real, Chiclana de la Frontera, Trebujena, Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estos tres últimos municipios también se encuentra

la zona de envejecimiento reconocida oficialmente.

**CARACTERÍSTICAS:** El vinagre se obtiene, únicamente, del mosto/vino de la Denominación de Origen Jerez/ Xerès-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda. Su crianza se realiza en vasijas de madera, con un envejecimiento mínimo de 6 meses para los vinagres de Jerez de tipo normal y más de 2 años para el Reserva y 10 años para el Gran Reserva. Su color característico es caoba oscuro. Destaca a la nariz su presencia en madera y su sabor es concentrado y generoso.

**DATOS BÁSICOS:** Hay 50 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 4 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

## CAFÉ

Por segundo año consecutivo el mercado español del café ha registrado un comportamiento positivo, con tasas de crecimiento muy positivas. Así, la producción de café aumentó en un 5,6% hasta acercarse a las 198.500 toneladas, con un valor de 1.332 millones de euros, lo que supuso un incremento interanual del 1,5%.

La principal partida de todo este mercado es la constituida por los cafés tostados, con el 69,6% del total en volumen y el 74,5% en valor. Dentro de los cafés tostados, las presentaciones sin descafeinar son las más demandadas, con cuotas respectivas del 88,5% y del 86,8% de todo ese segmento. A bastante distancia se sitúan los cafés solubles, con porcentajes del 17,9% en volumen y del 20,4% en valor, seguidos por el café sin tostar descafeinado (11,8% y 4,6%) y los sucedáneos de café, con los restantes 0,7% en volumen y 0,5% en valor. En la distribución organizada, los cafés molidos acaparan el 63,7% de todas las ventas en volumen y el 32,8% en valor, seguidos por las cápsulas (16,6% y 43,7% respectivamente), el café soluble (11,3% y 18,4%), el café en grano (6% y 3,3%) y los sucedáneos de café (2,3% y 1,8%). El principal dinamismo del mercado se registra en las cápsulas monodosis de café, con tasas de



incremento interanual del 11,5% en volumen y del 12,4% en valor. Durante el último año se comercializaron cerca de 10.950 toneladas de cápsulas, por un valor por encima de los 362 millones de euros.

La producción mundial de café bajó un 1,7 % durante el año 2016-2017 y no cubre la demanda. Se obtuvieron 155,8 millones de sacos, mientras que se estima que el consumo mundial ronda los 156,9 millones de sacos, lo que supone un déficit global de 1,1 millones de sacos. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*Los mercados internacionales del café, y también en el caso español, se encuentran dominados por algunas grandes compañías multinacionales que tienen diversas líneas de negocio. La principal empresa productora y comercializadora en nuestro país es una filial de uno de estos enormes grupos y registra una producción de alrededor de 32.000 toneladas, con unas ventas de más de 935 millones de euros, mientras que la segunda llega hasta las 15.500 toneladas y los 175 millones de euros y la tercera, especializada en marcas de distribución, se sitúa en 27.000 toneladas y 112 millones de euros. El cuarto y el quinto operador, también especializados en marcas de distribución, presentan producciones entre 10.000 y 8.200 toneladas y facturaciones que oscilan entre 83 y 76 millones de euros. La Federación Española del Café (FEC) agrupa a 110 compañías que representan al 90% del sector, operando en alguna de las facetas de actividad cafetera: importación de café ver-*

*de, café en grano tostado y molido, café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones. Las marcas de distribución tienen una gran importancia en el mercado español del café, ya que acaparan el 56,8% de todas las ventas en volumen de café molido en el libreservicio y el 43,1% del total en valor. En el caso de las cápsulas esos porcentajes se reducen al 26,6% y el 22,1% respectivamente, mientras que en el café soluble vuelven a aumentar hasta el 41,4% en volumen y el 28,8% en valor. Entre los cafés en grano, los porcentajes son muy importantes, llegando hasta el 62,1% y el 53,6%. Por último, entre los sucedáneos de café, las marcas blancas pierden importancia y se quedan en el 16,6% del total de ventas en volumen y el 16,4% en valor. La irrupción de las cápsulas monodosis y sus buenas perspectivas de crecimiento han obligado a los principales grupos del sector a efectuar fuertes inversiones para modernizar sus procesos productivos. ○*



## COMERCIO EXTERIOR

En nuestro país no se cultiva café, por lo que la totalidad de la materia prima debe ser importada. En el último ejercicio computado se importaron cerca de 333.000 toneladas, por un valor ligeramente por debajo de los 960 millones de euros. El café verde constituye la principal partida importada, con cuotas del 86,4% del total en volumen y del 62,8% en valor. A continuación aparecen los cafés tostados (8,4% y 29,2% respectivamente), los cafés solubles (2,8% y 6,4%) y los sucedáneos de café (2,4% y 1,6%). El principal proveedor de café para el mercado español es Vietnam, con el 38,7% del total en volumen, seguido por Brasil (13,6%), Alemania (13,3%), Colombia (5,4%), México (3,2%), Holanda (3,1%) y Uganda (3%). Por lo que hace referencia a las exportaciones, se ha registrado un notable incremento interanual del 14,2%, llegando hasta las 82.800 toneladas. En valor, los resultados no han sido positivos, computándose un descenso de algo menos del 3%, quedando en cerca de 487 millones de euros. El café soluble es la principal partida de exportación, con cuotas del 39,2% en volumen y del 49,9% en valor. Por detrás aparecen el café verde (37,6% en volumen y 17,4% en valor), el café tostado (21,3% y 30,8% respectivamente) y los sucedáneos de café, con los restantes 1,9% en volumen y valor. El mejor comportamiento se está registrando en la partida de cafés tostados, en la que se incluyen las cápsulas (+17%). Los principales mercados de destino de las exportaciones españolas de café son Portugal, con el 12,1% del total, Suiza (11,6%), México (5,6%), Reino Unido (8,7%), Alemania (8,7%), Francia (7,3%) e Italia (5,5%). ○

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ E INFUSIONES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.950,00
Unilever España, S.A. - Grupo *	616,00
Jacobs Douwe Egberts ES, S.L.U.	202,91
Seda Outspan Iberia, S.L.	83,00
UCC Coffee Spain, S.L.U.	78,89
Productos Solubles, S.A.	76,37
Cafento - Grupo	75,27
Jesús Navarro, S.A. *	69,58
José Sánchez Peñate, S.A. (JSP) *	60,00
Cafés Las Candelas, S.L.	56,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

## INFUSIONES

Aunque no disponemos de datos totalmente contrastados sobre el mercado de té e infusiones en España, todas las estimaciones coinciden en señalar su buen comportamiento durante los últimos tiempos. En la distribución organizada, se vendieron durante el pasado ejercicio más de 5.010 toneladas de té e infusiones, por un valor cercano a los 148 millones de euros. Estas cifras suponen unos incrementos interanuales del 2,3% en volumen y del 1,8% en valor. Según el MAPAMA, el consumo llegó a unos más importantes 182 millones de euros, con un aumento más significativo del 5,8%. Las infusiones acaparan el 65,6% de todo el mercado en volumen y el 64,6% en valor, mientras que los restantes 34,4% y 35,4% son las cuotas que corresponden al té. Los té aromatisados acaparan el 97% de todas las ventas de este producto en volumen y el 96,2%. En el caso de las infusiones, la manzanilla es la más demandada, con el 22,2% del total en volumen y el 19,4% en valor. A continuación se sitúan el poleo menta (8,5% y 6,7%) y la tila (7,2% y 7%). Hay que tener en cuenta que unos porcentajes muy importantes del 61,1% del total en volumen y del 67% en valor corresponden al resto de infusiones, donde aparecen las infusiones tradicionales, las funcionales, la de sabores y las frías. ●



## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado de té e infusiones está en manos de unos pocos y grandes grupos que son habitualmente filiales de importantes compañías internacionales. Junto a éstas aparecen algunas empresas especialistas de tamaño medio que tienen su fortaleza en alguna referencia específica. La principal empresa del sector registra unas ventas superiores a los 39 millones de euros anuales, con unas grandes tasas de crecimiento (+12%), gracias a su irrupción en la marca de distribución y su clara hegemonía marquista. El segundo operador se acerca a los 28 millones de euros anuales, el tercero llega hasta los 23 millones de euros, el cuarto se sitúa por encima de los 20 millones de euros y el quinto alcanza los 9,5 millones de euros. Las marcas de distribución son muy importantes en este mercado, ya que suponen el 49,8% de todas las ventas en volumen de té y el 36,6% en valor. Entre las infusiones esos porcentajes son algo más bajos, quedando en el 44,1% y el 35,4% respectivamente. A pesar de estas cifras, la preponderancia de las marcas blancas se ha reducido un 1% en volumen y un 0,2% en valor durante el último año. ○

## COMERCIO EXTERIOR

En España no se cultiva el té, por lo que todas las demandas internas deben ser cubiertas con productos importados. La producción mundial de té es de unos 5,2 millones de toneladas. De esa cantidad, las exportaciones a países consumidores representan un 33,8%. Esto supone que uno de cada tres kilos de té se exporta y 2 de cada tres se quedan en los países productores. China es la mayor productora de té (con más de 2,2 millones de toneladas), seguida por India (1,2 millones de toneladas) y Kenia (400.000 toneladas). Los principales países exportadores son Kenia, China, Sri Lanka e India. Los principales proveedores de té para el mercado español son China, la India y Alemania. Por lo que hace referencia a las infusiones, las mayores partidas proceden de algunos países de la Europa del Este, seguidos por Reino Unido y Holanda. La yerba mate es una infusión cuyo consumo ha crecido mucho por la presencia de grandes grupos inmigrantes de Argentina y Paraguay. Las exportaciones españolas de infusiones son poco importantes, con excepción de la manzanilla recogida algunas zonas de en Castilla-La Mancha y Andalucía. ○

*Los principales proveedores de té para el mercado español son China, la India y Alemania. Por lo que hace referencia a las infusiones, las mayores partidas proceden de algunos países de la Europa del Este, seguidos por Reino Unido y Holanda*



### CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 77,5 millones de kilos de café e infusiones y gastaron unos 1.138,4 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,7 kilos de consumo y 25 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café natural (0,6 kilos por persona y año), seguido del café mezcla (0,5 kilos per

cápita), del café soluble (0,3 kilos per cápita), y del café descafeinado (0,2 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 36% del gasto, con un total de 9 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 22,4% y un total de 5,6 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 12,8% y 3,2 euros por persona. Por su parte, las infusiones alcanzan el 15,6% 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, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
CAFÉS E INFUSIONES	77,5	1,7	1.138,4	25,0
CAFÉ TORREFACTO	0,8	0,0	5,4	0,1
CAFÉ NATURAL	25,2	0,6	410,5	9,0
CAFÉ MEZCLA	22,0	0,5	147,3	3,2
CAFÉ DESCAFEINADO	9,7	0,2	125,5	2,8
CAFÉ SOLUBLE	12,4	0,3	256,5	5,6
SUCEDÁNEOS DE CAFÉ	1,6	0,0	17,5	0,4
INFUSIONES	5,8	0,1	175,7	3,9
INFUSIONES ENVASADAS	5,5	0,1	169,2	3,7
INFUSIONES GRANEL	0,3	0,0	6,5	0,1
TÉ	1,8	0,0	61,6	1,4
MANZANILLA	0,6	0,0	15,7	0,3
POLEO	0,3	0,0	5,5	0,1
OTRAS INFUSIONES	3,2	0,1	92,9	2,0



### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de café e infusiones durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de café e infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de café e infusiones es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de café e infusiones es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de café e infusiones, mientras que los

índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de personas que componen el núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de café e infusiones, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Región de Murcia y Castilla-La Mancha. ○

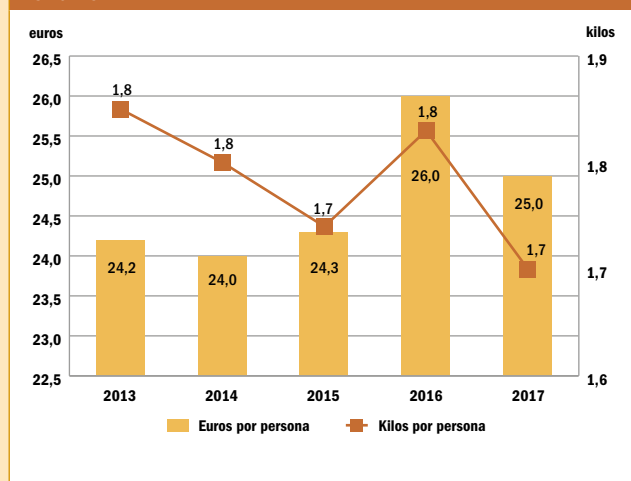
### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

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 80 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en los años 2013, 2014 y 2016 (1,8 kilos),

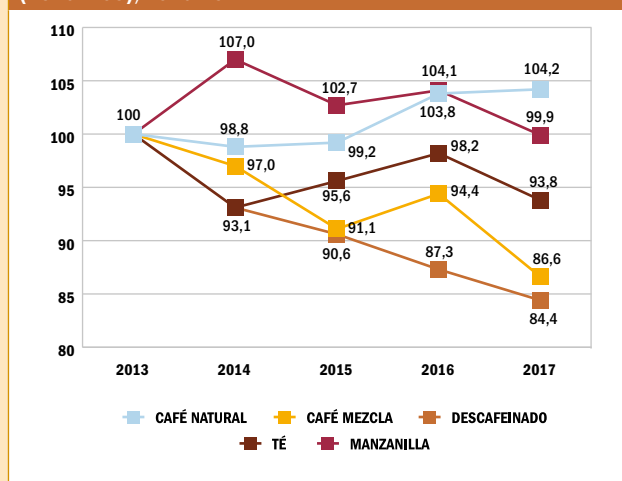
mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (26 euros por consumidor).

En la familia de café e infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de café natural aumenta y, por el contrario, en manzanilla, té, café mezcla y café descafeinado se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES, 2013-2017

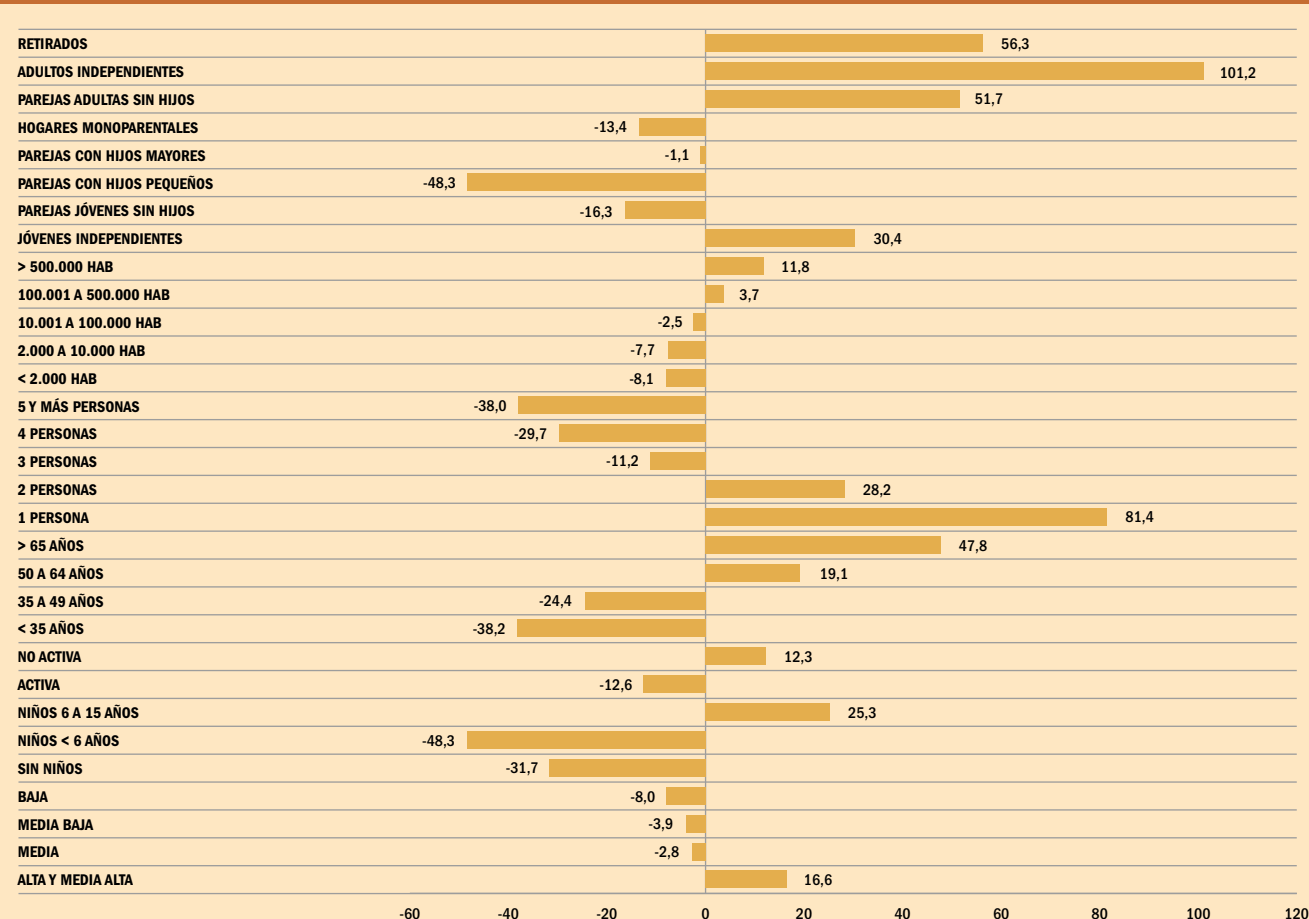


EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CAFÉ E INFUSIONES (2013=100), 2013-2017



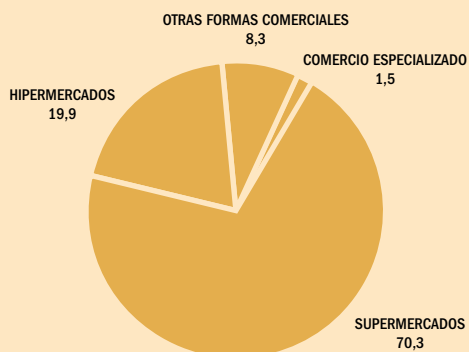


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CAFÉ E INFUSIONES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 1,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ E INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café e infusiones a los supermercados (70,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 19,9% y los establecimientos especializados llegan al 1,5%. Otras formas comerciales alcanzan el 8,3% restante. ○



## CERVEZA

Las ventas de las empresas cerveceras españolas llegaron durante 2017 a los 35,7 millones de hectolitros, lo que supuso un incremento interanual del 3,8%. Si tenemos en cuenta que en el ejercicio anterior el crecimiento fue de un 4,3%, pueden señalarse las buenas perspectivas del sector. La presencia de turistas extranjeros tiene una gran importancia para el comportamiento del mercado cervecero, ya que casi una cuarta parte del consumo de cerveza en nuestro país es realizado por los turistas.

Por tipo de envase, las botellas acapararon el 42% de las ventas, seguidas por las latas, con un 32%, mientras que la cerveza en barril alcanzó una cuota del 28%. Se utilizaron un 47% de envases reutilizables y un 53 % de no reutilizables. La recuperación de envases dentro del sector es muy significativa, ya que llega al 82% del total. En el caso de los envases de vidrio, un 20% se reutiliza, mientras que en el resto, la cuota de reciclado llega hasta el 73%. En el caso de los envases de metal ese porcentaje se incrementa hasta el 83%.

El valor de la cerveza en el mercado superó durante 2017 los 15.500 millones de euros. La cerveza aporta unos 7.000 millones de euros en valor añadido, mientras que su aportación al Estado vía impuestos llega hasta los 3.600 millones de euros, de los que el 83% procede del sector de hostelería y restauración. La cerveza puede llegar a suponer una cuarta parte de la facturación de los establecimientos de hostelería y hasta un 40% para los locales con menos de 10 empleados. Algo

menos del 15% de la cerveza consumida en nuestro país es de la variedad sin alcohol. En 2017 se cultivaron en España alrededor de 900.000 toneladas de cebada cervecera en 320.000 hectáreas, de las cuales se seleccionó en torno al 75% para producir más de 500.000 toneladas de malta. También durante el pasado ejercicio se recolectaron en torno a 600.000 kilos de flor de lúpulo cultivada. La superficie de cultivo es de unas 530 hectáreas en Castilla y León, donde se concentra el 90% de toda la producción, La Rioja, Navarra, Galicia y Cataluña. España es el cuarto productor de cerveza dentro de la Unión Europea y el onceavo a nivel mundial. Las principales potencias cerveceras son China, Estados Unidos, Brasil, Alemania, Rusia, México, Japón, Vietnam, Reino Unido, Polonia y España. ●



### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*La concentración y la internacionalización constituyen los dos rasgos más sobresalientes del sector cervecero a nivel mundial y, también, en el caso español. Las seis empresas fundadoras de la asociación Cerveceros de España acaparan el 99,8% de toda la producción de cerveza en nuestro país. Durante los últimos años han aparecido un gran número de pequeños fabricantes y distribuidores, cuyo principal nicho de mercado se encuentra entre las cervezas artesanales, de elevada calidad y en las cervezas especiales. Se estima que el sector está compuesto por más de 500 empresas fabricantes y comercializadoras de cerveza. El principal grupo del sector registra unas ventas de 2.220 millones de euros, mientras que el segundo llega hasta los 1.045 millo-*

*nes de euros, el tercero se sitúa en 1.000 millones de euros, el cuarto ronda los 375 millones de euros, el quinto alcanza los 200 millones de euros y el sexto se acerca a los 106 millones de euros. Otras cinco empresas presentan facturaciones entre los 10 y los 80 millones de euros. La cerveza contribuye a la creación de más de 344.000 puestos de trabajo, el 90% está en el sector hostelero. La plantilla global de las empresas ronda los 6.000 trabajadores. El sector cervecero español es el segundo generador de empleo a nivel europeo, sólo superado por el alemán. Las inversiones publicitarias de las empresas cerveceras son muy importantes y superan los 60 millones de euros anuales, centrados sobre todo en patrocinios deportivos y culturales. ○*

## COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente nuestro país era un importador de cervezas y tenía muy poca presencia en los mercados internacionales, pero esa situación ha cambiado drásticamente en los últimos tiempos. Durante la última década, las exportaciones españolas de cerveza han crecido un 240%. En 2017 se exportaron 2,9 millones de hectolitros, lo que supuso un incremento interanual de más del 20%. Los principales clientes de las cervezas españolas en el último año fueron Portugal (82,9 millones de hectolitros), China (46,2 millones de hectolitros), Reino Unido (37,1 millones de hectolitros), Irlanda (31,4 millones de hectolitros) y Guinea Ecuatorial (19,2 millones de hectolitros). Hay que tener en cuenta que la importante presencia de turistas extranjeros en nuestro país ha provocado que éstos conozcan las cervezas españolas, lo que ha facilitado el comercio internacional. Las estadísticas disponibles indican que el 99,5% de los visitantes extranjeros mayores de 18 años consume cerveza durante su estancia en nuestro país. A pesar de este excelente comportamiento de las exportaciones, las importaciones continúan siendo más importantes, ya que ron-

## CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS

*Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 843,9 millones de litros de cerveza y gastaron 1027,9 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 18,5 litros de consumo y 22,5 euros de gasto.*

*El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (15,4 litros por persona y año), mientras que la cerveza sin alcohol alcanza 3,1 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 83,1% del gasto, con un total de 18,7 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 16,9% del gasto con 3,8 litros por persona.* ○

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CERVEZAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mahou, S.A. - Grupo	1.220,50
S.A. Damm - Grupo	1.045,00
Heineken España, S.A.	1.000,00
Hijos de Rivera, S.A.	375,01
Font Salem, S.L. *	200,00
Compañía Cervecera de Canarias, S.A. (CCC)	105,64
La Zaragozana, S.A.	79,10
Gmodelo Europa, S.A.	44,80
Insular Canarias de Bebidas, S.A.	36,74
Cervezas Moritz, S.A.	19,21

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

dan los 4,5 millones de hectolitros de cerveza, aunque tienden a disminuir de año en año. Nuestros principales proveedores son Francia, Holanda y Alemania. Por debajo de éstos se sitúan Portugal, Reino Unido, México, Bélgica, Irlanda, Italia, Dinamarca, República Checa y China. ○



## CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL CERVEZAS</b>	<b>843,9</b>	<b>18,5</b>	<b>1.027,9</b>	<b>22,5</b>
CERVEZA CON ALCOHOL	702,0	15,4	854,9	18,7
CERVEZA SIN ALCOHOL	141,9	3,1	173,0	3,8

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de cerveza, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de cerveza es superior.
- En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de cerveza es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de cerveza, mientras que los

índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

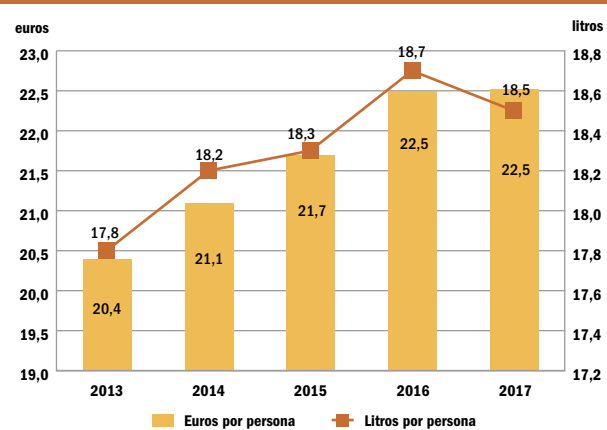
- Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de cerveza, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios más pequeños (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, la Región de Murcia, Andalucía y la Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Galicia y Asturias. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

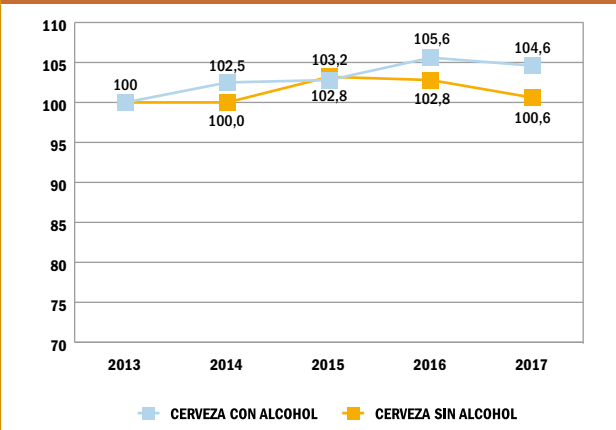
Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha aumentado 0,7 litros por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 2,1 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2016 (18,7 litros y

22,5 euros por consumidor), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en los ejercicios 2016 y 2017 (22,5 euros por consumidor). En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo tanto de cerveza con alcohol como de cerveza sin alcohol aumenta.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CERVEZA, 2013-2017

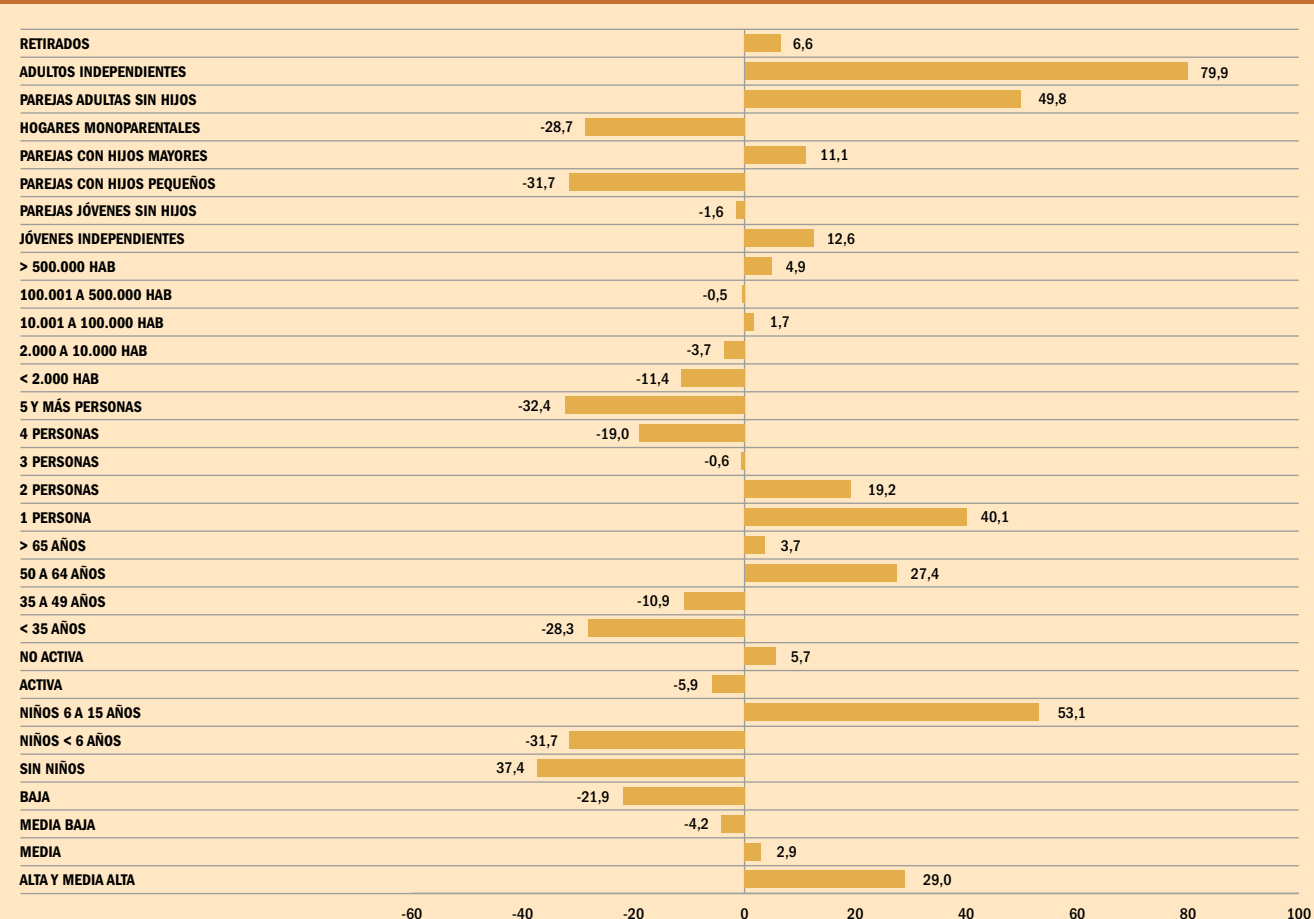


EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CERVEZA (2013=100), 2013-2017



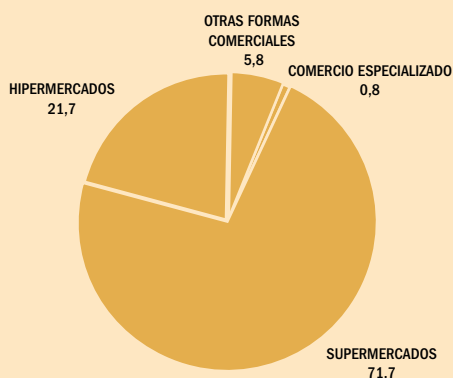


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CERVEZAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 18,5 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (72,4% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 21,1%. Los establecimientos especializados suponen una cuota del 0,8%, mientras que otras formas comerciales representan el 5,7% restante. ○



## AGUAS ENVASADAS

La producción española de aguas minerales durante 2017 llegó hasta los 5.800 millones de litros, con una facturación anual de 1.014 millones de euros. Estas cifras continúan la tendencia al alza de este mercado que se ha venido registrando en los últimos años y suponen un importante incremento interanual superior al 4%. Durante el último quinquenio, las ventas han crecido en un importante 17,7%, mientras que en valor el incremento ha sido de un todavía más importante 24%. Por tipos de aguas emvasadas, el 97% de la producción corresponde a las minerales naturales, el 2% a las de manantial y el resto a las potables preparadas. Si atendemos a la diferenciación de aguas sin o con gas, las primeras acaparan el 96% del volumen total producido, mientras que el restante 4% aparece como la cuota de las aguas con gas. Según ANEABE las causas que pueden explicar el buen comportamiento del mercado de aguas emvasadas durante 2017 han sido las altas temperaturas, junto con la mejora de la situación económica. De hecho el consumo de agua se vincula directamente con las comidas principales y durante el pasado año los españoles han realizado un 15% más de cenas fuera de casa y más de un 7% de comidas que en 2016. El PET es el material más utilizado para la fabricación de los envases donde se comercializa el agua, acaparando un 66,3% del volumen total vendido. A bastante distancia aparecen el vidrio (15%) y el papel/ cartón (6,4%). Todos los otros materiales acaparan el restante 12,3%. Atendiendo a los formatos, el 35,9% del agua emvasada se vende en botellas de 1,5 litros, el 24,5% en pequeñas botellas de 0,5 litros, el 17,3% en envases de 0,33 litros, el 5,7% en garrafas de más de 5 litros, el 5% en

*La producción europea de aguas emvasadas se sitúa en torno a los 57.000 millones de litros, con unas ventas que rondan los 12.400 millones de euros. Los mayores consumos de aguas emvasadas se registran en Italia, seguida por Alemania y Hungría y España*

botellas de 2 litros, el 2,9% en botellas de 1 litro y el 2,6% en envases menores de 0,25 litros. Todos los otros formatos representan al restante 6,2%.

La producción europea de aguas emvasadas se sitúa en torno a los 57.000 millones de litros, con unas ventas que rondan los 12.400 millones de euros. Los mayores consumos de aguas emvasadas se registran en Italia, seguida por Alemania y Hungría y España. Ligeramente por debajo de nuestro país aparecen Francia y Portugal. El consumo mundial de agua embotellada ronda los 329.400 millones de litros. Diez países, encabezados por China, Estados Unidos y México, acaparan el 70% de todo ese consumo. ●



## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Aunque, en términos generales, el sector empresarial de aguas emvasadas presenta una base bastante atomizada, en su cúpula se han registrado fuertes procesos de modernización y concentración que hacen que el mercado tienda a estar dominado por unos pocos y grandes grupos que, a menudo, son filiales de grandes compañías multinacionales que tienen otras líneas de negocio afines (refrescos, zumos, bebidas lácteas, etc.). Se considera que a nivel europeo están activas unas 600 empresas de aguas emvasadas, mientras que en España su número ronda las 100. El sector genera unos 54.000 empleos directos en toda Europa y unos 833.000 indirectos. En España las cifras llegan hasta unos 4.500 puestos de trabajo directos



## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior español de aguas emvasadas ha crecido de manera muy significativa durante los últimos años. En la actualidad se exportan en torno a unos 65 millones de litros anuales, por un valor que se acerca a los 20 millones de euros. Otros países del área mediterránea, pertenecientes o no a la Unión Europea, son los principales mercados de destino de estas exportaciones. A pesar de las buenas perspectivas del mercado interno, algunas empresas están apostando fuertemente a esta

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AGUAS EMVASADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coca-Cola España *	3.000,00
Pepsico Bebidas Iberia *	410,00
Aguas Danone, S.A.	219,00
Calidad Pascual, S.A.U. - División Bebidas *	210,00
Premium Mix Group, S.L. *	114,40
Agua Mineral San Benedetto, S.A.*	103,00
Nestlé España, S.A. (División Aguas Emvasadas) *	82,00
Aguas de Solán de Cabras, S.A. *	70,62
Viva Aqua Service Spain, S.A.	60,00
Grupo Manzanos Enterprises *	41,00

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

y más de 25.000 indirectos. El 84% de las empresas europeas de aguas emvasadas son pymes.

Las marcas de distribución controlan cerca del 62% del total de ventas en volumen y el 40% en valor, mientras que la primera oferta marquista presenta unas cuotas del 12,4% y del 22% respectivamente y la segunda se sitúa en el 8% y el 12%. El principal grupo de aguas emvasadas en nuestro país registra unas ventas de unos 3.000 millones de euros, mientras que el segundo se sitúa en los 410 millones de euros y el tercero ronda los 220 millones de euros. Los tres son filiales de enormes compañías multinacionales. Otros tres operadores presentan facturaciones entre los 103 y los 210 millones de euros anuales. La innovación, con la presentación continúa de nuevas ofertas, es la principal estrategia para arañar cuotas de ventas en un mercado muy competido. ○

alternativa, tomando como ejemplo a Bélgica e Irlanda, países en los que más del 40% de toda su producción se comercializa fuera de sus fronteras. Las importaciones de aguas emvasadas son mucho menos importantes en volumen, ya que la producción interna abastece sobradamente las demandas nacionales, pero en valor tiene una gran significación, ya que se concentra en aguas de gran calidad y valor añadido, provenientes fundamentalmente de Francia y, en menor medida, de Italia. ○

### CONSUMO Y GASTO EN AGUAS EMVASADAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 2.799,1 millones de litros de aguas emvasadas y gastaron 581,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 61,4 litros de consumo y 12,8 euros de gasto. El consumo más notable se asocia al agua emvasada sin gas (59,5 litros por persona y año), mientras que el agua emvasada con gas alcanza tan sólo 1,9 litros per cápita al año. En términos de gasto, el agua emvasada sin gas concentra el 92,2%, con un total de 11,8 euros por persona, mientras que el agua emvasada con gas presenta un porcentaje del 7,8% y un total de 90 céntimos de euro por persona al año. ○



### CONSUMO Y GASTO EN AGUAS EMVASADAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL AGUA EMVASADA</b>	<b>2.799,1</b>	<b>61,4</b>	<b>581,7</b>	<b>12,8</b>
AGUA CON GAS	87,4	1,9	41,5	0,9
AGUA SIN GAS	2.711,7	59,5	540,2	11,8

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de agua emvasada durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de agua emvasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de agua 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. ○

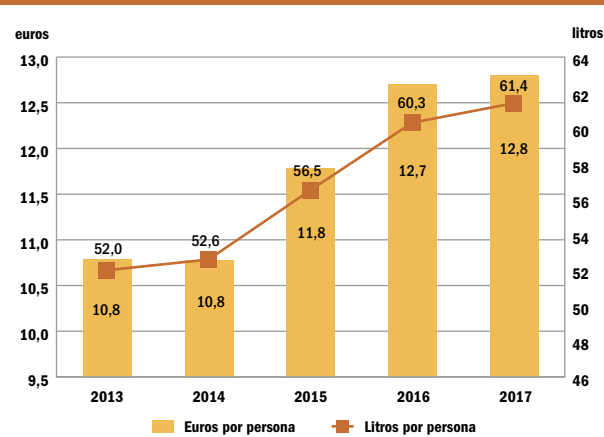


## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

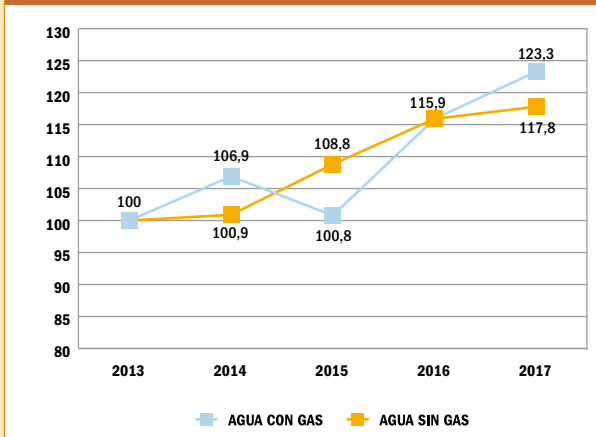
Durante los últimos cinco años, el consumo de agua emvasada ha aumentado 9,4 litros por persona y el gasto ha crecido 2 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevado tuvieron lugar en el año 2017 (61,4 litros y 12,8 euros por consumidor).

En la familia de aguas emvasadas, la evolución del consumo por cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de agua emvasada tanto sin gas como con gas ha aumentado.

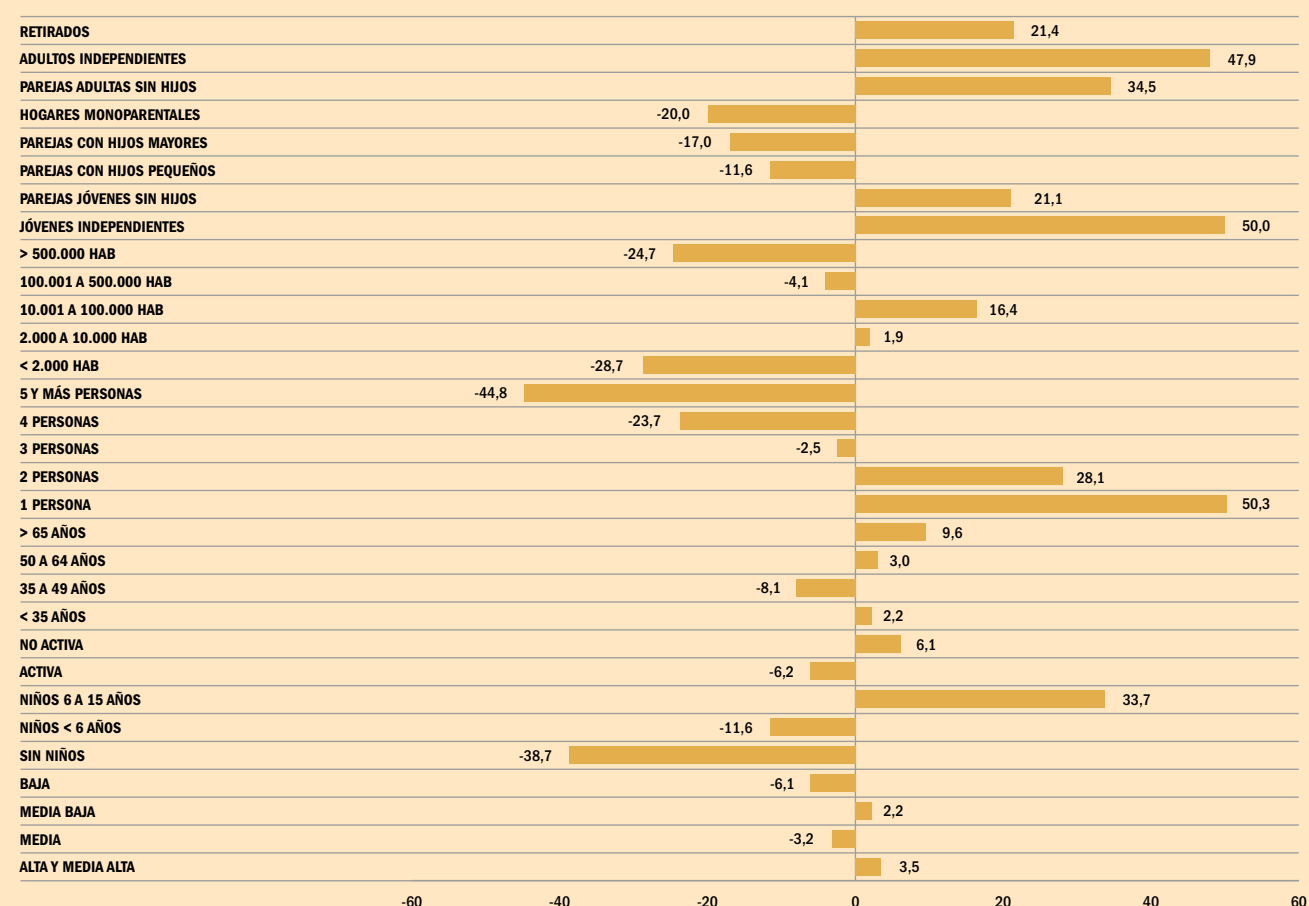
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AGUAS EMVASADAS, 2013-2017**



**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AGUAS EMVASADAS (2013=100), 2013-2017**

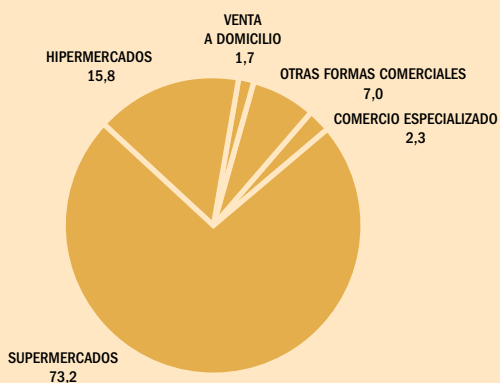


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE AGUAS ENVASADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 61,4 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua envasada a los supermercados (73,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,8% y los establecimientos especializados representan el 2,3%. La venta a domicilio supone el 1%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 7% restante. ○



## VINO Y MOSTO

España contaba en 2017 con 966.962 hectáreas de viñedo, de las cuales 953.607 eran de viñas destinadas a la producción de vino y el resto a la producción de uva de mesa. Estas cifras volvieron a situar a España como el país con mayor superficie de viñedo del mundo y también como uno de los primeros productores y comercializadores de vino.

El viñedo está presente en todas las comunidades autónomas pero es Castilla-La Mancha la que cuenta con la mayor superficie y también la que más vino produce anualmente.

En España, el sector del vino tiene una gran importancia no sólo desde el punto de vista económico sino también social y medioambiental. El número de explotaciones agrícolas dedicadas a la producción de vino ronda las 518.000.

Según la encuesta de viñedo del ministerio de Agricultura, el grueso de los viñedos en producción que hay en España está amparado por una Denominación de Origen Protegida y por una Indicación Geográfica Protegida.

Respecto al total de la UE, el viñedo español representa el 24% (algo menos que en 2016) y con relación al total del mundo, el 13%.

Del viñedo total, algo más de la mitad corresponden a variedades de uva tintas y el resto a uvas blancas y a otras variedades (una cantidad muy pequeña). En los últimos años, la superficie de uvas blancas ha ido creciendo y se acerca a la de uvas tintas. Dentro de las variedades de uva que hay en España destaca la blanca airén con el 23% de la superficie de viñedo total, seguida por la variedad tinta tempranillo con el 21% de la superficie. A estas variedades le siguen en importancia las tintas bobal, garnacha tinta y monastrell, y las blancas macabeo y cayetana blanca. ●

### EL VINO EN ESPAÑA

En el año 2017 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 superiores a los del año precedente.

Al contrario que en el año anterior, el volumen de vino y mosto producido en España disminuyó espectacularmente en el año 2017.

Según los datos del ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria nacional la producción de vino disminuyó en volumen un 19,6% respecto a la cifra de 2016.

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO Y MOSTO (Millones de hectolitros)

PRODUCTO	2015	2016	2017
VINO	37,2	38,7	32,1
MOSTO	4,8	3,7	2,7
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>42,5</b>	<b>34,8</b>

FUENTE: FEGA (Declaraciones)

*Dentro de las variedades de uva que hay en España destaca la blanca airén con el 23% de la superficie de viñedo total, seguida por la variedad tinta tempranillo con el 21% de la superficie. A estas variedades le siguen en importancia las tintas bobal, garnacha tinta y monastrell, y las blancas macabeo y cayetana blanca*

Asimismo, en ese año los precios subieron un 21%, encadenando tres años seguidos de subidas.

El resultado final de estos datos es que el sector generó en 2017 un valor de 1.171,3 millones de euros a precios básicos, un 2,5% menos que en el año anterior

En la vendimia de 2017 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 4,6 millones de toneladas de uva, de las cuales 2,56 millones de toneladas fueron uvas blancas y el resto tintas. La región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha (2,6 millones de toneladas en 2017), seguida muy de lejos por Cataluña.

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2017 se situó en 34,8 millones de hectolitros, un volumen inferior en un 18% al de la campaña precedente, según los datos del MAPA.

La producción de vino española representó en 2017 el 22,7% del total producido en la UE, un porcentaje inferior al del año 2016.

De esta producción total 32,1 millones de hectolitros correspondieron a la producción de vino (prácticamente un 17% menos que en 2016) y 2,7 millones de hectolitros a la de mostos (zumo exprimido y no fermentado de las uvas), un 27% menos que un año antes.

De la producción total de mostos, aproximadamente el 81% fueron mostos de uva blanca, un porcentaje superior al del año 2016.

En la campaña 2017 la producción española de mosto se volvió a reducir al igual que en las dos anteriores campañas y la región con mayor producción fue de nuevo Castilla-La Mancha, con 2,3 millones de hectolitros, frente a los 3,2 millones del año anterior. Tras Castilla-La Mancha, pero a mucha distancia, quedaron las producciones de mosto en Extremadura, Cataluña, La Rioja, Andalucía y la Comunidad Valenciana. ○

#### VINOS DE CALIDAD

En la campaña 2017 se calificaron un total de 13 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen inferior en un 13% al de la campaña anterior, que también registró una bajada de la producción aunque menos acusada. De ese volumen, 9,5 millones de hectolitros fueron vinos tintos o rosados (1,8 millones menos que en el año 2016) y 5,3 millones de hectolitros fueron vinos blancos (un volumen ligeramente menor a la producción del año 2016).

Por regiones, Cataluña fue este año la que tuvo más producción de vinos con DOP (2,6 millones de hectolitros, algo menos que en 2016), seguida de Castilla-La Mancha (con 2,46 millones de hectolitros, también algo menos), de La Rioja (1,66 millones de hectolitros frente a los algo más de 2 millones del año 2016) y de Castilla y León (1,2 millones de hectolitros, con retroceso de 800.000 hectolitros respecto a su producción de vinos con DOP en 2016). Asimismo, también se produjeron 3,6 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP), volumen también un 10% menor que el de 2016 y 6 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP, un volumen éste inferior en 1 millón de hectolitros al del año anterior.

A estos volúmenes habría que sumar algo más de 15,4 millones de hectolitros de vinos, entre caldos sin indicación geográfica, vinos varietales sin DOP ni IGP y otros vinos. ○

#### PRODUCCIONES DE VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de hectolitros)

	2015	2016	2017
MUNDO	275	273	250
UE-28	165,8	164	141
<b>ESPAÑA</b>	<b>37,2</b>	<b>38,7</b>	<b>32,1</b>

FUENTE: OIV Y MAPA

#### 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 2016 se volvieron a alcanzar cifras récord, más en valor que en volumen.

Concretamente, las ventas de vino en 2017 alcanzaron un valor de 2.886 millones de euros, un 8% más que en el año anterior, mientras que el volumen exportado se elevó a 2.365.700 toneladas, un 3% más que en el año 2016, según los datos de la Dirección General de Aduanas.

En cuanto a las importaciones de vinos, el volumen importado en el año 2017 ascendió a 71.700 toneladas, un 9% menos que en 2016, al tiempo que su valor fue de 188,3 millones de euros, un 5% más.

En cuanto a los precios, la cotización media del vino importado quedó en 2,6€/kg, por encima del año anterior, mientras que el precio medio del vino exportado fue 1,12€/kg, también algo más que un año antes.

Los altos precios de las importaciones de vinos indican que en gran parte, los caldos comprados son productos de calidad. En sentido contrario, el precio medio del vino de exportación fue mucho más bajo debido a que porcentaje significativo de las ventas al exterior son vinos a granel. ○

#### EL VINO EN LA UE

En 2013, España fue el primer productor de vino de la UE; el 2014 lo fue Francia y en 2015, 2016 y 2017, Italia ocupó el primer puesto.

El sector del vino en la UE representó en 2017 el 9,8% de la Producción Vegetal Final, y también el 5,43% de la Producción Vegetal Final. El valor generado por estas pro-



ducciones a efectos de calcular la renta agraria se elevó a 19.490 millones de euros, un 5,5% menos que en 2016.

En la Unión Europea, la superficie destinada al viñedo siguió disminuyendo en el año 2017. Según la OIV, había ese año 4 millones de hectáreas de viñedo en la UE, un 6,1% menos que en el año anterior.

España fue el primer país en superficie de viñedo, con el 24,2% del total de la UE, seguida de Francia con 787.000 hectáreas y de Italia con 695.000 hectáreas declaradas en 2017 y un crecimiento del 5% respecto al año precedente.

A muy larga distancia de estos tres países estaba Portugal, con 194.000 hectáreas cultivadas.

La producción de vino en la Unión Europea se situó en torno a 141 millones de hectolitros, lo que supuso un retroceso del 14,6% con respecto a la campaña anterior. Esta caída fue consecuencia de las condiciones climáticas desfavorables en los principales países productores.

Al igual que en 2016, Italia se posicionó en 2017 como el primer productor mundial (42,5 millones de hectolitros de vino exclusivamente, un 17% menos) seguida de Francia (36,7 millones de hectolitros, un 19% menos) y de España. A muy larga distancia de estos tres países se situaron en 2017 Alemania (7,7 millones de hectolitros, un 15% menos).

Otros países de la UE tuvieron un mejor resultado en 2017: Portugal (6,6 millones de hectolitros, un 0,6% más), Rumania (4,3 millones de hectolitros, un 1% más), Grecia (2,6 millones de hectolitros, un 0,1% más), Serbia (2,3 millones de hectolitros, similar a 2016), Austria (2,4 millones de hectolitros, un 0,4% más), Hungría (3,1 millones de hectolitros, 0,2% más) y Bulgaria (1,2 millones de hectolitros, similar a 2016). ○

### CONSUMO DE VINO EN LA UE

La Unión Europea en su conjunto es, con diferencia, la que más vino consume en el mundo. En conjunto, el consumo de la UE-28 ascendió a casi 120 millones de hectolitros en 2017, lo que supuso un ligero descenso respecto al consumo del año anterior, que se debió principalmente a las caídas producidas en Francia.

A pesar de esta caída, el país galo siguió siendo el que más vino consumió de la UE (27 millones de hectolitros, un 0,4% menos que en 2016).

Italia fue el segundo país en consumo de vino, con un volumen de 22,6 millones de hectolitros en 2017, un 0,9% por encima del año precedente y el tercer país fue Alemania, con cerca de 20,2 millones de hectolitros, un volumen similar al del año 2016.

En España, que ocupó el cuarto puesto, al contrario que en años anteriores el consumo creció ligeramente. En total, se calcula que se consumieron en 2017 unos 10,3 millones de hectolitros, un 3% más.

El quinto puesto en consumo de vino dentro de la UE fue para Reino Unido, con 12,7 millones de hectolitros, un 1,4% menos que en el año pasado. Asimismo, por detrás de los británicos se situaron Portugal, Rumanía y Países Bajos. ○

### SUPERFICIE MUNDIAL DE VIÑEDO

En 2017, la superficie mundial total dedicadas al viñedo (incluye tanto uva de mesa como uva de vinificación) se situó en 7,6 millones de hectáreas, según los datos publicados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

De esa cifra total, 4 millones de hectáreas están en la UE y las restantes 3,6 millones en países terceros.

España sigue ocupando el primer lugar en superficie de viñedo del mundo, pero China se va acercando un poco cada año debido a que su superficie crece a ritmos muy altos todos los años.

En 2017, China contaba ya con 870.000 hectáreas de viñedo (un 6% más que en 2016), cuando en 2012 no pasaba apenas de 700.000 hectáreas.

Por detrás de China en cuanto a superficie están Turquía (448.000 hectáreas), Estados Unidos (441.000 hectáreas) y Argentina (223.000 hectáreas).

En el pasado 2017, todos los grandes países con viñedo que están fuera de la UE, excepto China y Estados Unidos, vieron reducida su superficie. ○

### PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO

La aportación de la Unión Europea a la producción mundial de vino en el año 2017 ascendió al 56,4%, un porcentaje muy por debajo del que representaba en el año precedente. La producción mundial de vinos, exceptuando zumos y mostos, se situó en 2017 en 250 millones de hectolitros, un volumen inferior en un 9% al del año anterior, cuando



***Si bien en 2017 el consumo global de vinos creció de manera general en el mundo, los países que tradicionalmente eran los que más consumían no lograron incrementar sus cifras, por lo que el crecimiento se produjo en los llamados “nuevos polos de consumo”***

la producción se elevó hasta los 273 millones de hectolitros. El año estuvo marcado por unas condiciones climáticas adversas, que afectaron a la producción de uva en muchos países, especialmente en la UE.

A pesar de la caída de la producción, Italia volvió a ser en 2017 el país del mundo con mayor cosecha, seguido de Francia y España.

El primer país extracomunitario en producción de vino es Estados Unidos, que en 2017 registró una caída de su producción tras varios años de crecimiento (23,3 millones de hectolitros, un 1% menos).

Por detrás de Estados Unidos, se situaron Australia (13,7 millones de hectolitros, 5% más), Argentina (11,8 millo-

nes de hectolitros, un 25% más), China (10,8 millones de hectolitros, un 5% menos), Sudáfrica (10,8 millones de hectolitros, un 3% más) y Chile (9,5 millones de hectolitros, un 6% menos). ○

## CONSUMO MUNDIAL

En cuanto al consumo mundial de vino, en 2017 se produjo al igual que en el año 2016, un ligero repunte. Así, la Organización Internacional de la Viña y el Vino estimó que el consumo de vinos se situó en 243 millones de hectolitros, un 0,7% más que en el año anterior.

Si bien en 2017 el consumo global de vinos creció de manera general en el mundo, los países que tradicionalmente eran los que más consumían no lograron incrementar sus cifras, por lo que el crecimiento se produjo en los llamados “nuevos polos de consumo”.

De todas formas, como en años anteriores Estados Unidos volvió a ser el país con un mayor consumo de vino a nivel mundial, con 32,6 millones de hectolitros en el año 2017, un 2,9% más que en 2016.

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 encontraban en el ranking del consumo mundial de vino tres países de la UE (Francia, Italia y Alemania) y después se situó China, con 17,9 millones de hectolitros y un crecimiento del 3,5%.

El sexto puesto a nivel mundial en el consumo de vino fue para Reino Unido y el séptimo para España. Por detrás de estos dos países comunitarios se situaron Argentina (8,9 millones de hectolitros) y Rusia (mismo volumen que Argentina). ○

## COMERCIO DE VINO EN EL MUNDO

En cuanto al comercio, en 2017 se incrementaron los intercambios mundiales de vino, tras un año de descensos. Según datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) la suma de las exportaciones de vino de todos los países productores se elevó a 107,9 millones de hectolitros, un 3,4% más que en el año 2016. El valor de venta de estos vinos se elevó a 30.400 millones de euros, lo que supuso un aumento del 4,8% con respecto al año precedente. A nivel global, la exportación de vinos embotellados siguió

progresando, al tiempo que se redujo la venta a granel, al contrario que en 2016. Según la OIV, en 2017, el volumen de las exportaciones de vinos a granel se redujo enormemente con respecto a 2016 a nivel mundial, pero siguió siendo importante en España, Sudáfrica, Chile, Australia y los Estados Unidos. Los vinos a granel y en envase de más de 2 litros representó un 8 % del valor total de las exportaciones de vinos. España, con una cuota del 22%, siguió siendo en 2017 el país del mundo que más exportó en volumen, mientras que

Francia lideró las exportaciones mundiales de vino por valor, con 9.000 millones de euros en el año 2017.

Durante 2017 otros países como Nueva Zelanda, Chile, Portugal, Francia, Italia o Sudáfrica consiguieron aumentar sus ventas en volumen hacia el exterior.

El valor de las exportaciones también aumentó en países como Australia, Francia, España, Italia, Portugal y Nueva Zelanda, al tiempo que disminuyó en Estados Unidos, Argentina y Sudáfrica. ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector vitivinícola español tiene una enorme importancia. Durante los últimos tiempos ha experimentado algunos cambios drásticos, modernizando de forma muy notable sus procesos productivos y apostando fuertemente por el comercio exterior. La consolidación de algunos grandes grupos que basan su fortaleza en la exportación y entre los que la penetración de capitales internacionales es muy significativa está modificando la estructura de un sector caracterizado hasta ahora por la fragmentación y la escasa homogeneidad. La base del sector vitivinícola está compuesta por cerca de 550.000 explotaciones agrarias que ocupan una superficie que se acerca al millón de hectáreas, de las que casi la mitad se encuentran situadas en Castilla-La Mancha.

En España se encuentran en actividad más de 3.700 industrias vitivinícolas, con una plantilla conjunta que ronda los 24.500 trabajadores, unas ventas cercanas a los 6.300 millones de euros y una generación de valor añadido superior a los 1.660 millones de euros. En Castilla-La Mancha se encuentra el mayor número de bodegas de nuestro país, con una cuarta parte 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. El líder sectorial registra una facturación de 530 millones de euros anuales, mientras que el segundo llega hasta los 316 millones de euros, el tercero ronda los 275 millones de euros, el cuarto se sitúa en 235 millones de euros y el quinto alcanza los 200 millones de euros. Las dos empresas que aparecen a continuación presentan unas ventas de 130 millones y 100 millones de euros respectivamente. Con ventas entre los 50 millones y los 98 millones de euros aparecen otros 15 grupos. Las inversiones para la modernización de

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) - Grupo *	671,57
Freixenet, S.A. - Grupo	530,00
Félix Solís Avantis, S.A. - Grupo	275,00
Miguel Torres, S.A. - Grupo *	263,00
Codorníu, S.A. - Grupo	235,00
Grupo Osborne *	216,00
González Byass, S.A. - Grupo *	170,00
Pernord Ricard Winemakers Spain, S.A.	130,56
United Wineries Iberia, S.A.	100,00
Barón de Ley, S.A. - Grupo	95,40

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



los procesos productivos son constantes y muy importantes. El líder sectorial invirtió durante 2017 unos 40 millones de euros para construir un nuevo centro logístico, mientras que el tercer operador llegó hasta los 45 millones de euros. ○

## COMERCIO EXTERIOR



España aparece como el primer exportador de vinos en volumen del mundo, aunque en valor ocupa el tercer lugar, por debajo de Francia e Italia. Durante el último ejercicio computado, se exportaron 2.226 millones de litros de vino, por un valor de 2.635 millones de euros. Estas cifras suponen una disminución interanual significativa de las exportaciones en volumen (-7%), mientras que en valor la reducción fue de un poco importante 0,2%. Esto es debido a que el sector vitivinícola de nuestro país está reduciendo el peso de las exportaciones de vino a granel y está consiguiendo colocar partidas de mayor valor añadido. De todas maneras, todavía las exportaciones de vinos españoles a granel suponen el 57,5% del total, frente a un 16% de Francia. El precio medio de los vinos españoles exportados se situó por debajo de los 1,2 euros/litro. Las importaciones, por su parte, llegaron hasta los 60 millones de litros, por un valor de 175 millones de euros. El precio medio de los vinos importados para el mercado español llegó hasta los 2,9 euros/litro. Estas cifras arrojan un saldo comercial positivo para nuestro país de 2.166 millones de litros y 2.478 millones de euros. Por el contrario, el vino importado es 1,7 euros/litro más caro que el exportado. Atendiendo a los volúmenes exportados, Francia aparece como el principal mercado de destino para los vinos españoles, con el 24,3% del total. A continuación, se sitúan Alemania (14,9%), Reino Unido (7%), Portugal (6,8%), Italia (5,6%), Rusia (4,7%), China (3,8%), Holanda (3,4%), Estados Unidos (3,3%) y Bélgica (2,3%). Atendiendo al valor de las partidas exportadas, el primer lugar es ocupado por Alemania, con 13,1% del total, seguida por Reino Unido (11,5%), Estados Unidos (10,9%), Francia (10,6%), China (5,2%), Holanda (4,4%), Suiza (4%), Bélgica (3,7%), Canadá (3%) y Japón (2,9%). Todas las esti-

**PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO Y MOSTO  
POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)**

CC.AA	2015	2016	2017
ANDALUCÍA	1.187	882	1050
ARAGÓN	1.436	1.354	973
ASTURIAS	2	2	0,8
BALEARES	58	52,5	48,7
CANARIAS	103	48,4	60
CANTABRIA	1	0,8	0,4
CASTILLA-LA MANCHA	22.455	23.609	19.358
CASTILLA Y LEÓN	1.840	2.292	1.337
CATALUÑA	3.310	3.118	2913
EXTREMADURA	4.049	3.727	2843
GALICIA	455	416	428
C.MADRID	122	113	76
MURCIA	675	745	679,6
NAVARRA	849	792,0	645,8
PAÍS VASCO	780	748,0	594
RIOJA (LA)	2.255	2.132	1.678
C.VALENCIANA	2.425	2.508	2.149
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>42.001</b>	<b>42.541</b>	<b>34.837</b>

FUENTE: INFOVI

**PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS  
CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)**

PRODUCTO	2015	2016	2017
VINOS COMUNES DE MESA	17,9	19,6	15,4
VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	4,2	4	3,6
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	15,1	15	13,1
<b>TOTAL</b>	<b>37,2</b>	<b>38,7</b>	<b>32,1</b>

FUENTE: FEGA (Declaraciones)

maciones disponibles indican que el consumo de vino se está incrementando de forma rápida en América y Asia, mientras que disminuye en Europa, por lo que las principales empresas del sector están orientando sus esfuerzos para situarse de forma preferente en los mercados emergentes.

La principal empresa exportadora de nuestro país registra unas ventas en el exterior de 425 millones de euros, mientras que la segunda llega a los 187 millones de euros y la tercera se acerca a los 170 millones de euros. ○



## CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 388,6 millones de litros de vinos y espumosos y gastaron 1.073,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 8,5 litros de consumo y 23,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,8 litros por persona y año), seguido de los vinos tranquilos (3 litros per cápita), y de los espumosos, con 0,6 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 52,3%, con un total de 12,3 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 20,4% y un total de 4,8 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 12,3% del gasto con un total de 2,9 euros per cápita al año. ○



### CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL VINOS Y DERIVADOS</b>	<b>388,6</b>	<b>8,5</b>	<b>1.073,3</b>	<b>23,5</b>
VINOS TRANQUILOS	137,8	3,0	561,1	12,3
NACIONAL	137,0	3,0	557,5	12,2
EXTRANJERO	0,8	0,0	3,6	0,1
TINTO	100,8	2,2	422,1	9,3
BLANCO	31,0	0,7	120,5	2,6
ROSADO	6,1	0,1	18,5	0,4
ESPUMOSOS	26,3	0,6	134,5	2,9
VINOS DE AGUJA	6,4	0,1	17,8	0,4
VINO SIN DO / IGP	174,5	3,8	217,4	4,8
NACIONAL	146,8	3,2	168,7	3,7
EXTRANJERO	2,7	0,1	11,0	0,2
OTROS VINOS	22,2	0,5	25,2	0,6
VINO TINTO	96,4	2,1	121,7	2,7
VINO BLANCO	63,4	1,4	67,8	1,5
VINO ROSADO	11,8	0,3	15,0	0,3
VINO CON IGP	14,0	0,3	33,1	0,7
OTROS VINOS SIN DO / IGP	2,8	0,1	12,5	0,3

### DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2016 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 16 años consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de vinos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino, mientras que los índices son

más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

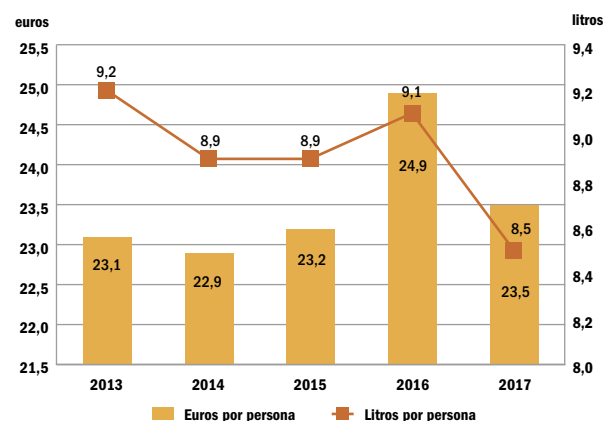
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones 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, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales y en el caso de las parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Asturias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Castilla-La Mancha y Extremadura. ○

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

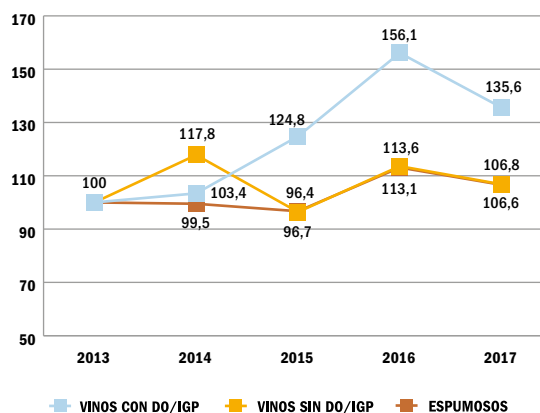
Durante los últimos cinco años, el consumo de vinos ha descendido 0,7 litros por persona y el gasto ha aumentado 0,4 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2013 (9,2 litros), mientras que el mayor gasto se registró en el ejercicio 2016 (24,9 euros por consumidor).

En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de vinos con DO/IGP, espumosos y vinos con DO/IGP aumenta.

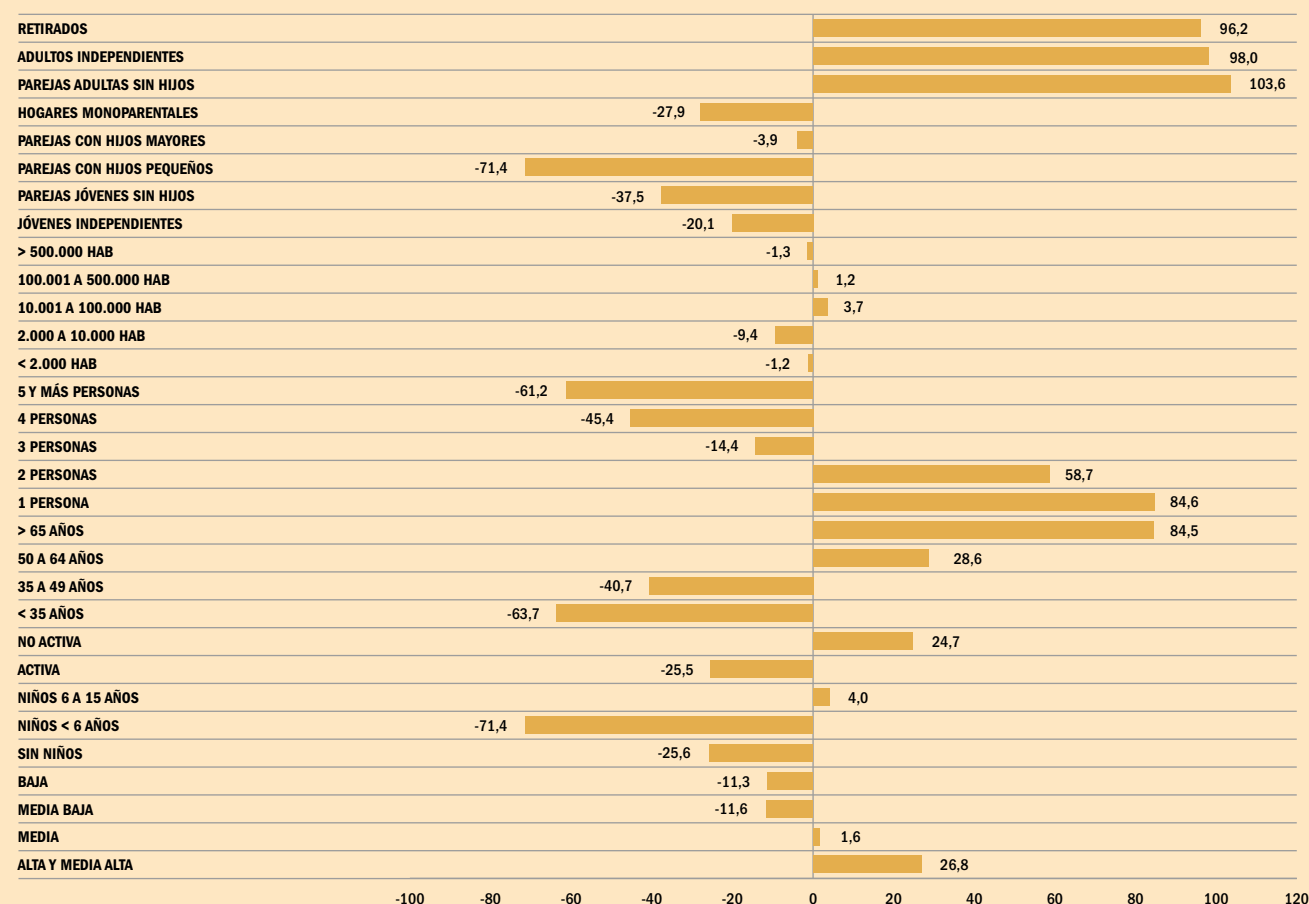
#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN VINO, 2013-2017



#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE VINO (2013=100), 2013-2017



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



\* Media nacional = 8,5 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017**



**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (67,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,2%. Los establecimientos especializados representan el 6,8%, los economatos y cooperativas el 1,5%, y otras formas comerciales aglutinan el 10,3% restante. ○



## VINOS DE MESA Y DE LA TIERRA

Los vinos de Mesa son aquellos que no concretan la añada, la procedencia ni la variedad de uva empleada para su elaboración. Constituyen el nivel de menor exigencia dentro de toda la regulación vitivinícola. Por su parte los vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP) o vinos de la Tierra son elaborados en alguna de las 42 zonas reguladas en nuestro país y presentan algunas características medioambientales o de cultivo que les aportan niveles de calidad significativos. El mercado nacional de vinos de Mesa y del Tierra se acercó a los 179 millones de litros, un 3,2% menos que en el ejercicio precedente, por un valor de 218,5 millones de euros, lo que supuso un incremento interanual del 0,6%. La comercialización total de vinos IGP en la última campaña rondó los 2,3 millones de hectolitros, un 12% más que en la anterior. Un 74% de los vinos IGP tienen su origen en Castilla-La Mancha. A continuación, aparecen Extremadura (12,8%) y Castilla y León (7,1%). Los vinos tintos acaparan el 64,8% de todas las ventas de este tipo de vinos, seguidos a mucha distancia por los vinos blancos (30,3%), los vinos rosados (4,7%) y los vinos de aguja (0,2%). La producción de vinos espumosos resulta anecdótica. El comercio interior representa el 70% del volumen total de vino de la Tierra situado en el mercado, por un valor de 96,8 millones de euros. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*En nuestro país hay algo más de 25.000 viticultores inscritos en los registros de las 41 IGP existentes, con una superficie de cultivo de más de 80.450 hectáreas. La IGP Castilla acapara el 82,9% de toda esa superficie, seguida a mucha distancia por las IGP Extremadura (11,5%), Cádiz (1,2%) y Mallorca (1%). Además, se encuentran en actividad 710 bodegas, de las que 648 son también embotelladoras. De nuevo, el mayor número de bodegas aparecen en la IGP Castilla, con 251. A continuación, se sitúan Castilla y León (193), Extremadura (83), Mallorca (44) y Castelló (12). Las de Cádiz y Bajo Aragón tienen 12 en cada caso. Los vinos de Mesa y de la Tierra constituyen una línea de negocio de las principales empresas del sector. Son los casos del segundo y del tercer operador (316 y 275 millones de euros de facturación anual en cada caso), que aparecen como los líderes más destacados de este mercado. ○*



### COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de vinos IGP durante la última campaña computada llegaron hasta los 623.720 hectolitros, lo que supuso un importante incremento de casi el 23% con respecto a las cifras del anterior ejercicio. Las exportaciones de vinos tintos rondaron los 358.315 hectolitros, mientras que las de vinos blancos se situaron en unos 209.830 hectolitros. En tercer lugar, se situaron las exportaciones de vinos rosados, con 55.450 hectolitros, mientras que las de vinos de aguja apenas llegaron a los 119 hectolitros. Los vinos de la IGP Castilla acaparon el 78,2% de todas las exportaciones de vinos tintos, el 79,4% de las de vinos blancos y el 80,8% de las de rosados. En todos los casos, el segundo lugar fue ocupado por los vinos de Castilla y León con porcentajes respectivos del 7,5%, 16,2% y 17,1%. Atendiendo a los lugares de destino de ese comercio exterior, las exportaciones hacia otros países de la Unión Europea supusieron el 75,2% del total. Como principales clientes de los vinos IGP españoles aparecen Alemania (195.515 hectolitros), Holanda (72.870 hectolitros), Francia (58.430 hectolitros), Reino Unido (34.435 hectolitros), Portugal (27.385 hectolitros) y Bélgica (15.340 hectolitros). Fuera de la Unión Europea, el principal mercado de destino es China, con 46.300 hectolitros, lo que supone el 30% del total. A continuación, aparecen Estados Unidos, con una cuota del 18,1%, Rusia (13,4%), Japón (7,9%), México (5,3%) y Suiza (4,9%). El valor económico de todas las exportaciones españolas de vinos IGP llega hasta los 67,3 millones de euros, lo que supone el 41% del mercado total. ○



## MOSTO

La producción de mosto en España durante la campaña 2017/18 alcanzó los 2,76 millones de hectolitros de mosto sin concentrar, a los que hay que añadir otros 30.221 hectolitros de mosto concentrado, 9.945 hectolitros de mosto concentrado rectificado y 6.714 hectolitros de mosto parcialmente concentrado. Alrededor del 74% de los mostos proviene de uvas blancas. Aunque hay una pequeña partida de mostos elaborados con uvas varietales, la gran mayoría (95,4%) se produce utilizando uvas sin denominación. La producción de mosto representa en torno al 12% de toda la producción vitivinícola española. Castilla-La Mancha concentra el 80% de toda la producción de mosto de nuestro país. Se encuentran activas 15 empresas productoras de mosto en España. ●



## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de mostos y zumos de uva durante 2017 superaron los 213,2 millones de euros, con un importante incremento interanual de casi el 17%, ya que en el anterior ejercicio se rondaron los 182,3 millones de euros. Por lo que hace referencia al volumen exportado, se registró un descenso del 1,1% en los mostos del código 2009, llegando hasta 154,7 millones de litros. En el caso de los mostos de código 2204 se experimentó un crecimiento del 3,8%, alcanzando los 23,8 millones de litros. Las exportaciones de mostos representan el 36% de todo el co-

mercio exterior de zumos y néctares de nuestro país. Los mostos españoles se dirigen de manera preferente hacia otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Italia (15% del total), Francia (14%), Holanda (8%), Alemania (7%) y Reino Unido (7%). Fuera de la Unión Europea, Rusia es el principal mercado de destino, con el 4% del total, seguida de cerca por Nigeria y China, con cuotas respectivas en torno al 3%. Las importaciones son mucho menos importantes, ya que alcanzaron apenas 5,2 millones de litros, por un valor de 8,3 millones de euros. ○



## VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Durante la campaña 2016/2017 la comercialización total de vinos amparados por alguna de las 90 denominaciones de origen existentes en España creció en un significativo 4,4%. Las ventas superaron los 12,4 millones de hectolitros, frente a los algo menos de 11,9 millones de hectolitros de la campaña 2015/2016. El mercado nacional absorbe el 59% de todas las ventas, mientras que el restante 41% corresponde al comercio exterior. En la pasada campaña, las demandas internas crecieron en un importante 6,3%, mientras que, en el caso de las exportaciones, el incremento fue de un más moderado 1,8%.

Atendiendo al volumen de vino comercializado, la principal DOP es la de Rioja, ya que acapara el 22,9% de todas las ventas. A continuación, aparecen las denominaciones Cava (15,2%), La Mancha (6,5%), Rueda (5,9%) y Ribera de Duero (5,8%). En el mercado nacional, también Rioja aparece como la más demandada, con el 24,4% del total, seguida por la de Rueda con el 9,3%.

Por tipos de vinos, el más demandado es el tinto, ya que supone el 55,5% del total de ventas en el mercado nacional. En segundo lugar, se sitúa el vino blanco, con una cuota del 26,5%. Durante la pasada campaña aumentaron las ventas de vinos blancos en un 9,7%, las de rosados, en un 6,1%, las de tintos, en un 5,7%, las de vinos de licor, en un 4,5% y las de cavas en un 1,1%, mientras que disminuyeron las ventas de vinos de aguja en un 6,1%.

Hay 574.220 hectáreas inscritas en los diferentes registros de las DOP, sin apenas modificaciones interanuales. El número de viticultores registrados es ligeramente superior a 121.400, lo que supone una reducción de alrededor de 2.200 con respecto a la campaña pasada. Las DOP con más viticultores inscritos son Rioja, La Mancha y Ribera de Duero. Hay también cerca de 4.160 bodegas inscritas, con un ligero aumento interanual. Rioja, Cava y Ribera de Duero son las denominaciones que más bodegas tienen inscritas. ●

### DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
ABONA	898	1.311	18	5.500
ALICANTE	10.379	2.100	47	133.776
ALMANSA	7.200	760	12	175.405
ARLANZA	330	243	17	3.056
ARRIBES	245	207	17	3.223
AYLÉS	46	1	1	869
BIERZO	2.854	2.180	75	88.482
BINISALEM	605	112	13	10.179
BULLAS	1.811	428	11	13.758
CALATAYUD	3.200	762	16	69.113
CALZADILLA	16	1	1	444
CAMPO DE BORJA	6.242	1.150	18	155.354
CAMPO DE LA GUARDIA	81	1	1	1.030
CANGAS	32	55	5	755
CARIÑENA	13.768	1.527	32	424.833
CASA DEL BLANCO	92	1	1	574
CATALUÑA	42.431	5.459	202	485.491
CAVA	33.110	6.236	390	1.880.253
CHACOLÍ DE ÁLAVA	95	39	7	2.539
CHACOLÍ DE BIZKAIA	403	210	42	15.709
CHACOLÍ DE GETARIA	427	103	33	23.921
CIGALES	1.948	404	34	36.142
CONCA DE BARBERÁ	4.185	807	25	7.394
CONDADO DE HUELVA	2.384	1.336	24	100.679
COSTERS DEL SEGRE	4.081	525	43	53.050
DEHESA DEL CARRIZAL	21	1	1	686
DOMINIO DE VALDEPUSA	49	2	1	2.417
EL HIERRO	126	238	11	1.642
EL TERRERAZO	63	4	1	1.744
EMPORDÀ	1.756	287	52	49.542
FINCA ÉLEZ	39	1	1	3.144
GRAN CANARIA	231	356	71	2.071
GRANADA	213	31	13	2.397
GUIJOSO	58	1	1	321
ISLAS CANARIAS	493	489	55	5.701
JEREZ-XÉRÈS-SHERRY (*)	6.989	1.642	66	264.341
JUMILLA	18.682	1.828	48	216.862
LA GOMERA	125	272	19	469
LA MANCHA	165.470	14.942	269	800.783
LA PALMA	585	1.078	18	3.003
LANZAROTE	1.849	1.797	14	14.253
LEBRIJA	17	1	3	596
LOS BALAGUESES	18	1	1	166
MÁLAGA (*)	996	488	16	23.424
MANCHUELA	6.709	836	32	14.338
MANZANILLA S.B.	(*)	(*)	24	71.516

## DATOS BÁSICOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN	SUPERFICIE (HECTÁREAS)	NÚMERO VITICULTORES	NÚMERO BODEGAS	COMERCIO TOTAL (HECTOLITROS)
MÉNTRIDA	5.800	1.243	28	7.020
MONDÉJAR	446	300	2	1.380
MONTERREI	566	426	25	28.533
MONTILLA MORILES	5.025	2.080	55	193.914
MONTSANT	1.844	808	69	46.176
NAVARRA	10.774	2.165	102	368.123
PAGO DE ARÍNZANO	133	1	1	2.165
PAGO DE OTAZU	107	1	1	146
PAGO FLORENTINO	58	1	1	713
PENEDÉS	16.637	2.400	173	131.124
PLA DE BAGES	480	82	14	5.502
PLA I LLEVANT	439	70	13	13.777
PRIORAT	1.972	572	106	34.991
RÍAS BAIXAS	4.021	5.343	184	240.343
RIBEIRA SACRA	1.241	2.438	89	34.881
RIBEIRO	2.220	5.752	115	88.549
RIBERA DEL DUERO	22.395	8.143	310	721.223
RIBERA DEL GUADIANA	35.797	3.336	24	52.624
RIBERA DEL JÚCAR	9.000	900	7	4.987
RIOJA	65.326	15.211	801	2.839.558
RUEDA	14.753	1.493	69	733.889
SIERRA DE SALAMANCA	108	111	6	1.000
SIERRAS DE MÁLAGA	(*)	(*)	41	8.123
SOMONTANO	3.931	370	32	108.068
TACORONTE-ACENTEJO	1.017	1.906	41	8.967
TARRAGONA	4.874	1.406	49	12.812
TERRA ALTA	6.066	1.242	52	38.677
TIERRA DE LEÓN	1.370	299	40	16.245
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA	645	186	10	1.985
TORO	5.555	1.080	63	95.716
UCLÉS	1.700	532	4	30.260
UTIEL-REQUENA	34.510	5.515	98	216.425
VALDEORRAS	1.182	1.291	43	35.788
VALDEPEÑAS	21.832	2.450	21	502.237
VALENCIA	13.100	6.150	99	507.255
VALLE DE GÜÍMAR	160	319	14	1.791
VALLE DE LA OROTAVA	329	608	51	3.289
VALLES DE BENAVENTE	244	71	6	1.588
VALTIENDAS	70	14	6	1.004
VINOS DE MADRID	8.860	3.129	49	28.473
YCODEN-DAUTE-ISORA	161	439	13	1.329
YECLA	4.830	417	9	65.118
<b>TOTAL **</b>	<b>575.700</b>	<b>118.937</b>	<b>4.146</b>	<b>12.406.713</b>

Datos de la campaña 2016/17 facilitados por los respectivos Consejos Reguladores en base a sus registros.

\* Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla S.B. comparten datos de superficie y nº de viticultores.

\* Málaga y Sierras de Málaga comparten datos de superficie y nº de viticultores

\*\* En los totales no se han sumado las cifras de Cataluña y Cava, para evitar duplicidades

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

## COMERCIO EXTERIOR

Durante la campaña 2016/2017 las exportaciones españolas de vinos DOP llegaron hasta algo menos de los 5,1 millones de hectolitros, lo que supuso un incremento interanual del 1,8%. El comercio exterior representa el 41% del mercado total de vinos DOP. Los cavas son los vinos españoles más exportados, ya que representan el 24,1% del total del comercio exterior. A continuación, aparecen los vinos de La Rioja, con una cuota del 20,7%. El vino tinto acapara algo más del 57% de todas las exportaciones de vinos DOP. En segundo lugar, se sitúan los cavas, con una cuota del 22,8%. Las ventas de vinos tintos en el exterior crecieron durante la anterior campaña en un 3,5%, mientras que las de cavas lo hacían en un 2,3%. Destaca el notable incremento (+72,9%) de las ventas de vinos de aguja. Por el contrario, se redujeron las exportaciones de vinos de vinos de licor (-3,4%) y de vinos blancos (-2,6%). En el caso de los vinos rosados los volúmenes comercializados se mantuvieron prácticamente estabilizados. Las exportaciones de vino embotellado representan el 95,1% del total, mientras que el restante 4,9% corresponde a los vinos a granel. Durante la pasada campaña, las ventas de vino embotellado se mantuvieron estables (+0,2%), pero aumentaron mucho las exportaciones a granel (+48,1%), dirigidas principalmente hacia Italia (90.514 hectolitros).

El comercio exterior de vino dirigido hacia la Unión Europea representa el 63,4% del total, mientras que el restante 36,6% se dirige hacia países terceros. Durante la pasada campaña se incrementaron en un 5,4% las ventas fuera de la Unión Europea, mientras las intracomunitarias se mantuvieron estables. Atendiendo a las diferentes zonas geográficas donde se venden los vinos DOP españoles puede indicarse que América acapara un 16,4% de todas las ventas, Asia un 11%, la Europa no perteneciente a la UE un 8,2%, África un 0,7% y Oceanía algo menos de un 0,4%. Los principales mercados de destino son Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Bélgica y China. ○



## CAVA



Durante 2017 se produjeron en España más de 252,2 millones de botellas de cava, lo que supuso un significativo incremento interanual del 3%. Según todas las estimaciones disponibles, ese resultado habría sido todavía mucho más positivo si no hubiera habido una importante campaña mediática en torno al cava, provocada por la crisis política catalana. Para la elaboración del cava se utilizaron 271 millones de kilos de uva. La facturación total del sector llegó hasta 1.149 millones de euros, un 6,5% más que en el ejercicio precedente.

Algo menos de 219,9 millones de botellas fueron de cava tradicional, con un incremento interanual del 1,9%. Se produjeron también casi 32,65 botellas de cava premium (+10,7%), 20,95 millones de botellas de cava rosado (-2,2%) y casi 6 millones de botellas de cava ecológico, con un aumento del 48,2%. En 2017 ha aparecido una nueva categoría, “Cava de Paraje Calificado”, que completa la gama Premium, con una producción de 40.500 botellas. Cataluña acapara el 97% de toda la producción de cava en nuestro país, aunque hay algunas producciones mucho menos importantes en La Rioja, Aragón, País Vasco, Navarra, Comunidad Valenciana y Extremadura. La superficie total de los registros de la DOP Cava es de unas 37.700 hectáreas, de las que el 36,2% es de uva macabeu, el 25,4% de uva xarel·lo y el 20% de uva parellada. ●

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el Consejo Regulador del Cava aparecen inscritas 6.668 explotaciones, con una superficie por encima de las 37.700 hectáreas, además de 158 empresas elaboradoras de vino base y 230 empresas elaboradoras de cava. Estas cifras indican unos incrementos interanuales del 4,6% en el número de explotaciones y del 11% en la superficie inscrita, mientras se registra una disminución del 2,4% en el caso de las bodegas elaboradoras de vino base y del 2,1% en las empresas productoras de cava. El 62% de las empresas elaboradoras tiene presencia en los mercados internacionales. Un 71,9% de estas empresas tiene cosecha propia y también compra uva, mosto o vino, un 20,7% está compuesto por empresas que solo compran vino, un 3,8% sólo compra vino y el restante 3,5% son cooperativas elaboradoras de cava. El sector se encuentra dominada por dos grandes grupos de capital esencialmente español, aunque con fuertes procesos de internacionalización. Ambos han incursionado también en el mercado de los vinos tranquilos. El líder sectorial registra unas ventas totales de 530 millones de euros y aparece como el primer grupo vitivinícola de nuestro país. Anualmente produce más de 100 millones de botellas de cava. El segundo tiene unas ventas de 235 millones de euros y aparece como el cuarto grupo vitivinícola español. Su producción se sitúa por encima de los 50 millones de botellas de cava. El primero tiene su gran fortaleza en los mercados internacionales, mientras que el segundo, aunque con unas exportaciones significativas, domina el mercado interno. Las 10 empresas principales, todas ellas con base en Cataluña, acaparan más del 90% del total de ventas. ○





## COMERCIO EXTERIOR

La internacionalización del sector español del cava es un elemento clave para explicar su importancia actual. En los 30 años de existencia de la DO Cava las ventas en el mercado exterior se han casi triplicado (+298,9%). En 1987 hubo 12 empresas pioneras que iniciaron las primeras exportaciones. En la actualidad, 142 empresas elaboradoras de cava exportan sus productos a más de 140 países. El mercado nacional representa el 36% de todas las ventas del sector, mientras que un 44% se vende en otros países de la Unión Europea y el restante 20% se comercializa en terceros países. Durante 2017 se exportaron más de 162,2 millones de botellas de cava, con un incremento interanual del 2%. En otros países de la Unión Europea se vendieron 49,6 millones de botellas, un 0,7% más que en el ejercicio anterior, mientras que a mercados extracomunitarios se dirigieron otros 49,6 millones de botellas, lo que supuso un crecimiento del 5,2% con relación a las cifras de 2016.

Por categorías, se exportaron casi 150,65 millones de botellas de cava tradicional (+1,8%), algo más de 11 millones de botellas de cava reserva (+6,4%), 543.700 botellas de cava

gran reserva (-14,1%) y 1.512 botellas de cava de paraje calificado. En conjunto, las exportaciones de cava premium (reserva, gran reserva y de paraje calificado) llegaron hasta cerca de los 11,6 millones de botellas, con un incremento interanual del 5,2%.

Los diez principales mercados de destino de las exportaciones de cava son Alemania, con algo más de 31,4 millones de botellas, Bélgica (28,6 millones de botellas), Reino Unido (23,2 millones), Estados Unidos (21 millones), Francia (9,5 millones), Japón (9,1 millones), Holanda (4,3 millones), Suecia (4,2 millones), Finlandia (3,1 millones) y Suiza (2,9 millones). Con exportaciones entre 2,7 millones y 1 millón de botellas aparecen, por este orden, Canadá, Rusia, Dinamarca, Noruega, Brasil, Estonia, Austria y Polonia.

Las importaciones de vinos comparables con el cava resultan mucho menos importantes, ya que rondan los 10 millones de litros y los 430 millones de euros. Es especialmente importante la partida del champagne francés, del que se comercializan en nuestro país alrededor de 3,5 millones de botellas. ○



**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 ◊
- LEBRUJA ◊

**BALEARES**

**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

- BINISALEM
- PLA I LLEVANT

**VINOS DE LA TIERRA**

- FORMENTERA I
- BIZA
- ILLES BALEARS
- ISLA DE MENORCA
- MALLORCA
- SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD

**ARAGÓN**

**DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**

- CALATAYUD ◊
- CAMPO DE BORJA ◊
- CARIÑENA ◊
- CAVA \*\*/ ◊
- SOMONTANO ◊
- AYLÉS ◊

**VINOS DE LA TIERRA**

- BAJO ARAGÓN ◊
- RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS ◊
- RIBERA DEL JILOCA
- RIBERA DEL QUEILES \*\*/ ◊
- VALLE DEL CINCA ◊
- VALDEJALÓN ◊

**CANARIAS**

**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

- ABONA ◊
- GRAN CANARIA ◊
- EL HIERRO ◊
- LANZAROTE ◊
- LA GOMERA ◊
- LA PALMA ◊
- TACORONTE-ACENTEJO ◊
- VALLE DE GÜIMAR ◊
- VALLE DE LA OROTAVA ◊
- YCODEN-DAUTE-ISORA ◊
- ISLAS CANARIAS



**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



**CANTABRIA**

**VINOS DE LA TIERRA**

- COSTA DE CANTABRIA
- LIÉBANA

**ASTURIAS**

**DENOMINACIONES DE ORIGEN**

- CANGAS ◊



**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

**VINOS DE LA TIERRA**

BARBANZA E IRIA  
 BETANZOS  
 VAL DO MIÑO-OURENSE  
 (VALLE DEL MIÑO-OURENSE)

**LA RIOJA****DENOMINACIONES DE ORIGEN**

CAVA \*\*  
 RIOJA (DOCa) \*\*  
 VALLES DE SADACIA ◊

**MADRID****DENOMINACIONES DE ORIGEN**

VINOS DE MADRID

**MURCIA****DENOMINACIONES DE ORIGEN**

BULLAS  
 JUMILLA \*\*  
 YECLA

**VINOS DE LA TIERRA**

CAMPO DE CARTAGENA  
 MURCIA

**NAVARRA****DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**

CAVA \*\*/◊  
 NAVARRA ◊  
 RIOJA (DOCa) \*\*/◊  
 PAGO ARÍNZANO ◊  
 PAGO OTAZU ◊  
 PRADO DE IRACHE ◊  
 FINCA BOLARDÍN ◊  
 LARRAINZAR

**INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS**

VINO DE LA TIERRA 3 RIBERAS ◊

**PAÍS VASCO****DENOMINACIONES DE ORIGEN**

ARABAKO TXAKOLINA ◊ (TXAKOLÍ DE ÁLAVA)  
 BIZKAIKO TXAKOLINA ◊ (TXAKOLÍ DE VIZCAYA)  
 GETARIAKO TXAKOLINA ◊ (TXAKOLÍ DE GETARIA)  
 RIOJA (DOCa) \*\*/◊  
 CAVA \*\*/◊

\*\* Denominación compartida con otras CC.AA  
 ◊ Inscrita en el Registro de la UE  
 DOCa: Denominación de Origen Calificada

## Abona



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Abona se extiende sobre más de 1.200 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 10.662 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 2.100 viticultores y 36 empresas bodegueras que elaboran y comercializan cerca de 15 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 27%.

## Almansa



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de viñedos protegida abarca una superficie de 7.200 hectáreas distribuidas en 8 municipios al este de la provincia de Albacete, con Almansa y

Chinchilla como centros más importantes de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha Tintorera, aunque se está potenciando la variedad Cencibel que ocupa ya el 15% del total, mientras que entre las blancas destaca la Merseguera. Destaca la producción de vinos tintos recios, secos, suaves, de color rubí, enérgicos y de amplio extracto y, en especial, un tinto elaborado exclusivamente con la variedad Garnacha Tintorera.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos más de 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.





# 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](http://www.fnmt.es)





## Arabako Txakolina (Txakoli de Álava)



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de viñedo protegida por la Denominación de Origen se localiza

en 100 hectáreas de la comarca Cantábrica Alavesa, con los municipios de Amurrio, Aiala, Artziniega, Llodio y Okondo como zonas amparadas para la producción de estos vinos.

**CARACTERÍSTICAS:** Las especiales condiciones geográficas de esta zona favorecen el desarrollo de la variedad de uva autóctona Hondarrabi Zuri. Los vinos elaborados con esta uva resultan jóvenes, de color amarillo pajizo, brillantes, de intensos aromas frutales propios de la variedad, con equilibrada acidez y una marcada personalidad.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registrados 52 productores y 7 empresas bodegueras, los cuales producen y comercializan una media anual de 300.000 litros de Arabako Txakolina, destinados en un importante porcentaje al mercado del País Vasco, Cataluña, EEUU y Japón.

## Arlanza



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La comarca vitivinícola se extiende a lo largo del río Arlanza, y abarca 54 municipios de la provincia de Burgos y 13 de la provincia de Palencia, con una superficie total de 350 hectáreas registradas.

**CARACTERÍSTICAS:** Estos vinos se elaboran a partir de cuatro variedades de uva tinta: la Tinta del País o Tempranillo, que representa el 95% del total; la Garnacha, variedad complementaria y segunda en importancia; la Mencía, y la Cabernet-Sauvignon, variedad de origen francés que se emplea, mezclada con la Tinta del País, en vinos destinados al envejecimiento en barricas por sus cualidades organolépticas. Las variedades blancas utilizadas son la Albillo y la Viura, también llamada Macabeo o Tempranillo Blanco, que se emplean para la elaboración de rosados. Los rosados tienen un sabor muy afrutado, con viveza y colores intensos y llamativos, mientras que los tintos jóvenes son fuertes, con mucho cuerpo y carnosidad, muy aptos para crear buenos crianzas y reservas.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 16 bodegas que comercializan una media anual de 750.000 litros de vino, destinados principalmente al mercado nacional, aunque también se exportan a varios países europeos, Estados Unidos, México y Japón.

## Arribes



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La delimitación geográfica de la Denominación comprende 26 municipios del suroeste de Zamora y 20 municipios del noroeste de Salamanca, con 380 hectáreas inscritas en el Consejo Regulador.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades principales de uva tinta son la Juan García, uva autóctona que representa un 60% de la superficie vitícola comarcal; la Bufete y la Tempranillo, también llamada en la zona Tinta Serrana o Tinto Madrid, admitiéndose como complementarias la Garnacha y la Mencía. La Malvasía es la principal entre las blancas, complementándose con la Verdejo y la Albillo. El Consejo Regulador estudia otras variedades autóctonas de potencial enológico comprobado para recuperar y potenciar su desarrollo en la comarca: en las uvas tintas están la Bruñal y la Bastardillo Chico, y en las blancas la variedad Puesta en Cruz.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 634 viticultores y 11 bodegas elaboradoras, de las que 9 son embotelladoras, que producen entre 1,5 y 2 millones de litros de vino, de los que unas 600.000 botellas se comercializan con DO.

## Bierzo



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción se extiende sobre 2.854 hectáreas de viñedo al oeste de la provincia de León, con el municipio de Cacabelos como principal centro vitivinícola.

**CARACTERÍSTICAS:** El especial microclima de la zona favorece el desarrollo de una cepa de gran calidad, la tinta Mencía, variedad dominante, que se complementa con la Garnacha Tintorera, y las blancas Palomino, Doña Blanca, Malvasía y Godello. Destacan los tintos de Mencía, de paladar aterciopelado, característica singular de los vinos del Bierzo, tanto en los jóvenes y afrutados como en los de crianza, que resultan amplios, elegantes y de complejo bouquet. Se producen también vinos blancos de color pálido y rosados suaves en grado alcohólico.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos más de 2.180 viticultores y 75 empresas bodegueras que comercializan cerca de 6,5 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

## Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN  
**BINISSALEM**  
**MALLORCA**

### ZONA GEOGRÁFICA:

Es una de las denominaciones más pequeñas de España, 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 110 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino, de los que un 15,5% 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 2.500 hectáreas distribuidas en 11 municipios al oeste de la Región de Murcia, con la localidad de Bullas como el núcleo más

importante de producción y elaboración de vinos.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad fundamental es la tinta Monastrell, que ocupa el 85% de la superficie total, con pequeñas plantaciones de Tempranillo y algunas cepas blancas como la Airén y Macabeo. Los vinos más característicos son los rosados, bien estructurados y de gran 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 609 viticultores y 12 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 800.000 litros de vino amparado por la Denominación, de los que cerca del 35% se destina a la exportación.

## Calatayud

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de protección de la Denominación de Origen abarca 3.590 hectáreas de viñedos repartidas en 46 municipios en la parte más occidental de la provincia de Zaragoza, en la

región natural del Valle del Ebro.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades predominantes son la tinta Garnacha y la blanca Macabeo. En menor proporción se producen uvas tintas como Mazuela, Bobal, Tempranillo y Monastrell; junto a las blancas Malvasía, Sauvignon Blanc, Moscatel Blanco y Garnacha Blanca. Los vinos blancos son muy pálidos, afrutados y frescos. Los rosados son de perfumada fragancia y un acertado equilibrio cuerpo/acidez. Los tintos jóvenes resultan sabrosos y los de crianza son vinos con cuerpo, estructura y de graduación alcohólica muy moderada.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 2.700 viticultores y 16 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 15 millones de litros de vino, de los que el 85% se destina a los mercados exteriores.

## Campo de Borja



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción de la Denominación de Origen se localiza en una superficie de más de 7.414 hectáreas de viñedo,

distribuidas en 16 municipios al noroeste de la provincia de Zaragoza, entre la ribera del Ebro y el Moncayo.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad predominante es la Garnacha Tinta (75%), aunque también se cultivan la Tempranillo (13%) y, en menor proporción, Mazuela y Cabernet-Sauvignon; en blancas destacan la Macabeo y Moscatel. Los vinos rosados de Garnacha son de color cereza o asalmonados, frescos y de paladar largo. Los tintos de maceración carbónica son muy aromáticos y los blancos resultan amables y de aromas afrutados. Con la variedad Moscatel se elaboran vinos de licor armoniosos y aromáticos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 2.100 viticultores y 17 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 11,8 millones de litros de vino, de los que el 55% se destina a los mercados exteriores.

## Cariñena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción suma casi 14.477 hectáreas de viñedo, distribuidas en 14 municipios al sur de la provincia de Zaragoza, con Cariñena, Paniza y Almonacid de la Sierra como los principales núcleos vitivinícolas.

**CARACTERÍSTICAS:** Las cepas predominantes son Garnacha Tinta y Mazuela, y las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, complementadas con variedades como las tintas Cabernet-Sauvignon y Tempranillo, y la blanca Parellada. Los vinos blancos son de color amarillo paja, con tonalidades doradas, frescos y de suave grado alcohólico. Los rosados son de color rojo cereza con ligeros tonos violáceos, afrutados, de gran viveza y cuerpo. Los tintos tradicionales resultan de gran capa, robustos y con elevada graduación.

**DATOS BÁSICOS:** Se encuentran inscritos 1.984 viticultores y 36 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de cerca de 45 millones de litros de vino, de los que más del 63% se vende en los mercados exteriores.

## Cataluña



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** Ampara una superficie de viñedos de 50.000 hectáreas que se localizan en las principales y tradicionales zonas de producción vitivinícola de Cataluña.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uvas autorizadas son en tintos: Cabernet Franc, Cabernet-Sauvignon, Garnacha Tinta, Garnacha peluda, Merlot, Monastrell, Pinot Noir, Samsó, 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, Gewurztraminer, Malvasía, Malvasía de Sitges, Pedro Ximénez y Picapoll. A partir de estas variedades se elaboran vinos tintos, blancos, rosados, de aguja y de licor.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo están inscritos más de 9.561 viticultores y 205 bodegas. En la última campaña se comercializaron más de 49 millones de litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 58% se exportó.

## Cava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Cava ampara y protege los vinos espumosos de calidad elaborados por el método tradicional en

31.765 hectáreas de viñedos repartidas en más de 159 municipios, entre los cuales cabe destacar el municipio de Sant 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, Extrap Brut, 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

**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, Pullars Jussón y Segrià.

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.



## El Hierro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Protege una extensión de 300 hectáreas de viñedo en las comarcas de Valle del Golfo, El Pinar y Echedo, en la isla canaria de El Hierro.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uva blanca autorizadas son Vijariego, Bermejuela, Listán Blanco, Pedro Ximénez, Baboso, Gual, Malvasía, Torrontés, Moscatel y Verdello. En uvas tintas destacan Listán Negro, Negramoll, Baboso Negro y Vijariego Negro. Los vinos blancos resultan bien equilibrados, con cuerpo, estructura y nervio. El tipo blanco-pálido es muy singular, de mayor graduación alcohólica, seco y sabroso. Los rosados son frescos y afrutados; y los tintos, de potente sabor, son expresivos, cálidos y algo tánicos.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 206 viticultores y 7 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 300.000 litros de vino, que se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

## Empordà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de vinos amparados por la DO está constituida por parcelas de viñedos situadas en 35 municipios de la comarca del Alt Empordà y 20 municipios del Baix Empordà, en el nordeste de la provincia de Girona. La superficie de viñedo inscrita es de 1.786 hectáreas.

**CARACTERÍSTICAS:** La gama de vinos es muy amplia. Se elaboran vinos blancos, frescos y sabrosos, a partir de las variedades Macabeo, Garnacha Blanca y Chardonnay. Los rosados, elaborados con Samsó o Mazuela y Garnacha, son frescos y moderados en graduación alcohólica. Los tintos representan la mayoría de la producción con las variedades que se van introduciendo, Cabernet-Sauvignon y Merlot, son de elevada calidad, con cuerpo, bien constituidos y aromáticos. Una especialidad diferencial de la zona es la Garnacha del Empordà, vino dulce natural de esta uva, cávida y sedosa.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 335 viticultores y 49 bodegas y cooperativas con una producción anual aproximada de 7,5 millones de litros de vino, de los que cerca de 6,3 millones de litros están amparados por la Denominación de Origen. Se comercializan aproximadamente 3 millones de litros anuales, de los que cerca del 20% se destina a los mercados internacionales.

## Getariako Txakolina (Txakolí de Getaria)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



### ZONA GEOGRÁFICA:

La DO protege 431 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 Breval. En tintas: Negra Común, Negramoll, Tintilla, Malvasía Rosada y Moscatel Negra. Se elaboran vinos tintos jóvenes, con bastante capa, de color rojo intenso. Los vinos rosados presentan menos cuerpo e intensidad colorante. También se producen blancos secos, semisecos y dulces.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos más de 310 viticultores y 71 bodegas y cooperativas de producción y elaboración, con una producción de unos 460.000 kg. anuales.

## Jerez-Xerès-Sherry Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Se extiende sobre 7.695 hectáreas en Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y otros 5 municipios de la provincia de Cádiz; además de Lebrija, en Sevilla.

**CARACTERÍSTICAS:** La uva predominante es la blanca Palomino Fino, complementada con la Palomino de Jerez, Pedro Ximénez y Moscatel. Los tipos de

vinos son: Fino, seco, con crianza "en flor". Manzanilla, seco y ligero. Amontillado, suave y ligero. Oloroso, con mucho cuerpo. Palo Cortado, seco, equilibrado y muy persistente. Pale Cream, suave, pálido y dulce. Cream, dulce, con mucho cuerpo. Pedro Ximénez, suave y dulce en boca, vigoroso y pleno.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 2.630 viticultores y 79 bodegas que elaboran una media anual de más de 55,2 millones de litros de vino, de los que se exportan el 75%.

## Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Abarca unas 21.620 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Futealámo, Hellín, Montealagre, Ontur y Tobarra, en la provincia de Albacete.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad de uva por excelencia es la tinta Monastrell, acompañada de las también tintas Garnacha Tintorera y 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 contruidos en laderas de fuertes pendientes.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad de uva más importante y la más cultivada es la Forastera Blanca, conocida popularmente como Forastera Gomera, de la cual se obtienen unos vinos blancos secos jóvenes de gran personalidad, caracterizados por su alta acidez en ácido tartárico. También se obtienen excelentes vinos jóvenes de esta variedad, con otras variedades menos predominantes: Marmajuelo, Listán Blanco. Aunque tradicionalmente la producción era sólo de vinos blancos, actualmente se elaboran vinos tintos jóvenes.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de esta Denominación de Origen están registrados 210 viticultores y 13 bodegas. La producción obtenida alcanza una media de 90.000 litros, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado de la isla.

## La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Es la Denominación con la zona de producción más extensa del mundo: 162.625 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 182 municipios de las provincias de Ciudad Real, Toledo, Albacete y Cuenca.

**CARACTERÍSTICAS:** La uva blanca Airén es predominante, acompañada de las variedades Pardillo, Verdoncho y Macabeo. Entre las tintas predomina la 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 16.257 viticultores y 265 bodegas que elaboran y comercializan al año más de 60 millones de litros de vino, de los que el 25% se destina a la exportación.

## Lanzarote

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida se extiende sobre 1.583 hectáreas de viñedo asentado sobre terrenos volcánicos, localizados por toda la isla de Lanzarote.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad de uva más singular es la Malvasía, de la que se obtienen finísimos y equilibrados vinos

blancos jóvenes, rotundos y complejos, de enorme personalidad, así como vinos de crianza y vinos dulces con uva Moscatel. La Listán Blanco, por su parte, proporciona blancos jóvenes secos y semisecos, y con la Listán Negro y Negramoll se elaboran tintos jóvenes y crianzas y una pequeña proporción de rosados.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están registrados 1.785 viticultores y 13 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1,6 millones de litros de vino, los cuales se destinan en su totalidad al mercado insular canario.

## La Palma

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Acoge unas 885 hectáreas de viñedo, asentado sobre terrenos volcánicos de la isla de La Palma en tres zonas de producción: Hoyo de Mazo, Fuencaliente y norte de La Palma.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades más representativas son Negramoll, Almuñeco, Albillo, Malvasía, Verdello, Sabro, Bujariego y Listán. Los vinos blancos son aromáticos, frescos y ligeros. Los tintos son de color rojo picota intenso con tonos violáceos, densos, carnosos y con prolongado posgusto. Los rosados son alegres, de tonos rosas salmón, frescos, con tenue gusto almendrado. Los vinos de tea son suaves de capa, con aromas frutales y herbáceos, integrados en un fondo resinoso, agradables en boca. Los dulces, de color amarillo oro joven, son limpios y brillantes, de dulzor equilibrado y acidez fresca.

**DATOS BÁSICOS:** Cerca de 1.300 viticultores y 18 bodegas elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se venden en su totalidad en el mercado canario.



## Málaga · Sierras de Málaga

DENOMINACIONES DE ORIGEN



MÁLAGA SIERRAS PASAS  
Consejo Regulador 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 4.000 hectáreas de viñedo localizadas en 70

municipios vitivinícolas de la comarca de La Manchuela, situada al sudeste de Cuenca y al nordeste de Albacete.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad predominante es la tinta Bobal que ocupa gran parte de la superficie, y también se producen en menor proporción Tempranillo y blanca Macabeo. La elaboración de vinos tintos es la más característica, resaltando por su color rojo rubí con ligero reflejo teja, de aroma franco y delicado, armoniosos y elegantes. También se elaboran vinos jóvenes afrutados blancos y rosados frescos y armoniosos a partir de la variedad Bobal y Cencibel.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador hay 1.000 viticultores inscritos, 35 empresas que elaboran y comercializan una media anual de 800.000 litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 80 por ciento se destina a la exportación.

## Méntrida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



Méntrida  
Denominación de Origen  
TOLEDO

**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 3.000 hectáreas de viñedo, repartidas en 20 municipios de la provincia de Guadalajara, con Mondéjar y Sacedón como principales centros de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** La tinta 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 6 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se destinan en su totalidad al mercado interior.

## Monterrei



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción protegida se localiza en 437 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra y Verín,

en la parte sureste de la provincia de Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: subzona valle de Monterrei y subzona ladera de Monterrei.

**CARACTERÍSTICAS:** Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello, Treixadura y Verdello Louro, entre las blancas, y Mencía, Bastardo y María Ordoña, entre las tintas. Los vinos blancos destacan por sus tonos amarillos dorados o pajizos, de intensidad aromática potente, con paso de boca ligeramente ácido y muy equilibrado. Los tintos, de color púrpura o rojo cereza, con tonos violáceos, de aromas frutales del bosque, resultan plenos y armoniosos en boca.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están inscritos 371 viticultores y 23 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 2,3 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, Baladif-Verdejo y Moscatel. Los vinos jóvenes son afrutados, secos o ligeramente abocados, agradables y suaves. El Fino es de aroma punzante, seco y levemente amargo al paladar. El Amontillado es de aroma avellanado y resulta agradablemente complejo, sutil, suave. El Oloroso es un vino de mucho cuerpo, lleno y aterciopelado, enérgico, seco y no muy abocado, de color caoba oscuro. El Palo Cortado es un vino generoso que tiene el color y la nariz del amontillado y la boca del oloroso. El Pedro Ximénez es un vino dulce natural, de color rubí oscuro, punzante fragancia y gran 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, Picapoll Negre y Syrah. En uva blanca destacan las variedades Garnacha Blanca y Macabeo, aunque están autorizadas plantaciones de Chardonnay, Moscatel, Pansal y Parellada. Se producen excelentes vinos blancos, rosados y tintos; se elaboran vinos tradicionales de esta zona como el vino rancio, la mistela negra, la garnacha del Montsant y el vino dulce natural.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo están registrados 929 viticultores, 60 bodegas y 57 comercializadoras, que comercializan una media anual de 5 millones de litros de vino, de los que entre el 40-60% se vende en los mercados exteriores.

## Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La DO ampara 11.500 hectáreas de viñedo distribuidas en 5 subzonas de producción de la Comunidad Foral de Navarra: Tierra Estella, Valdizarbe, Baja Montaña, Ribera Alta y Ribera Baja.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uvas tintas autorizadas son Garnacha, Tempranillo, Mazuelo, Graciano, Cabernet-Sauvignon y Merlot. En uvas blancas predomina la Viura, Moscatel, Malvasía y Chardonnay. Los tintos jóvenes son frescos y con sabroso componente frutal. Los tintos de crianza son vinos de gran personalidad, de tonos granates, con aromas acusados y aterciopelados. Los rosados son los vinos más característicos, de brillante color frambuesa, aromas intensos, secos, frescos y elegantes en boca. Los blancos jóvenes resultan frescos y afrutados.

**DATOS BÁSICOS:** Más de 2.500 viticultores y 100 bodegas elaboran y comercializan anualmente unos 40 millones de litros de vino, de los que el 33% se destina a la exportación.

## Penedès

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca una superficie de 24.247 hectáreas de viñedo localizadas en las provincias de Barcelona y Tarragona, con Vilafranca del Penedès como el principal núcleo vitivinícola.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades blancas predominantes son las blancas Xarel·lo, Macabeo, Parellada y Chardonnay; y las tintas Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Cariñena. Los vinos blancos resultan frescos, afrutados, muy aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son ligeros, aterciopelados y de carácter apreciable. También se elaboran excelentes vinos de aguja. Una parte importante de la producción se destina a la elaboración de vinos espumosos.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 4.088 viticultores y 152 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 32,7 millones de litros de vino, de los que el 35% se destina a la exportación.

## Pla de Bages

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Abarca 550 hectáreas, localizadas en la comarca del Bages, en la provincia de Barcelona, con Artés y Manresa como principales núcleos de producción vitivinícola.

**CARACTERÍSTICAS:** La situación geográfica de esta comarca y su especial climatología favorecen el desarrollo de variedades nobles de uva entre las que destacan la autóctona Picapoll y en menor proporción la Macabeo y Chardonnay entre las blancas; y la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, entre las tintas. Los vinos de mayor producción son los tintos, que resultan de gran personalidad, suaves, de excelente calidad y moderado grado alcohólico.

**DATOS BÁSICOS:** En el CRDO están registrados 100 viticultores y 14 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino con Denominación de Origen Pla de Bages; el 85% de esta producción se consume en el mercado nacional.

## Pla i Llevant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción amparada por la DO Pla i Llevant abarca una extensión de 395 hectáreas de viñedo, repartidas entre 18 términos municipales de la isla de Mallorca, en Baleares.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uva más abundantes son la Callet, Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Manto Negro, Macabeu y Pinot Noir; en menor proporción se producen también las variedades Prensal Blanca, Chardonnay, Merlot, Moscatel, Perelada, Fogoneu, Monastrell y Riesling. El mayor volumen de producción corresponde a los vinos tintos, de gran jugosidad y elegancia, con un grado alcohólico moderado. Los vinos blancos resultan jóvenes y afrutados, con fuerte personalidad y leve grado alcohólico.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 107 viticultores y 12 bodegas en el Consejo Regulador que producen y comercializan una media anual de más de 1,1 millones de litros de vinos tintos y blancos con Denominación de Origen.

## Priorat

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción amparada por la DO es de más de 1.900 hectáreas, localizadas

al oeste de la provincia de Tarragona, con los municipios de Porrera y Gratallops como centros principales de elaboración de vinos.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades predominantes son la Tinta Cariñena (Mazuela) y la Garnacha Tinta. Las cepas blancas tienen una presencia muy reducida, cultivándose la Garnacha Blanca, Macabeo y Pedro Ximénez. Los vinos tintos tradicionales del Priorat son de color granate, robustos y de elevada graduación alcohólica. También se elaboran vinos rancios, envejecidos en roble y de potente graduación. La producción de vinos blancos y rosados es muy pequeña, aunque está creciendo en los últimos años.

**DATOS BÁSICOS:** Están registrados más de 606 viticultores y 96 empresas bodegueras que elaboran y comercializan más de 2 millones de botellas al año, de las que el 45% se destina a los mercados exteriores.

## Rías Baixas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



### ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida por la DO se extiende sobre 4.064 hectáreas de viñedos en 5

subzonas de producción: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal y Soutomaior, en la provincia de Pontevedra, y Ribeira do Ulla, que se reparte entre Pontevedra y A Coruña.

**CARACTERÍSTICAS:** Predomina la blanca autóctona Albariño y en menor proporción la Treixadura, Loureira Blanca, Caiño Blanco, Torrontés y Godello; y las tintas Caiño Tinto, Mencía, Espadeiro, Sousón, Loureira Tinta y Brancellao. Los vinos monovarietales de Albariño son amarillo-pajizos. Los vinos de la subzona de O Rosal y O Condado do Tea están personalizados.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se encuentran inscritos casi 6.667 viticultores y 178 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 22,9 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 24% se exporta.

## Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



RIBEIRA SACRA  
Consejo Regulador 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-Bibeí y Ribeiras do Miño, en la provincia de Lugo, y Ribeiras do Sil, en la provincia de Ourense.

**CARACTERÍSTICAS:** Las principales variedades de uvas blancas son Albariño, Loureira, Treixadura, Godello, Dona Branca y Torrontés; en el caso de las tintas las variedades predominantes son Mencía, Brancellao y Merenzao, complementadas con la Negreda y la Garnacha Tintorera. Los vinos tintos de Mencía son de color cereza, brillantes, afrutados, suaves en boca, sabrosos y elegantes. Los vinos blancos de Godello son frescos, plenos en boca y de aromas intensos.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 2.397 viticultores y 96 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 360.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

## Ribeiras do Morrazo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción la IGP Ribeiras do Morrazo ampara los municipios de Marín, Bueu, Vilaboa, Moaña,

Cangas, Pontevedra, Poio y Redondela.

**CARACTERÍSTICAS:** Son vinos blancos y tintos con aromas francos en los que se aprecian las características propias de la materia prima de la que proceden, con graduaciones alcohólicas moderadas, aromas florales y de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

**DATOS BÁSICOS:** Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

## Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.804 hectáreas de viñedos localizadas en las

riberas y valles de los ríos Avia, Miño y Arnoia, en la parte occidental de la provincia de Ourense.

**CARACTERÍSTICAS:** La uva predominante entre las tintas es la Caiño, complementada con Garnacha, Ferrón, Sousón, Mencía, Tempranillo y Brancellao. En uvas blancas, la principal es la Treixadura, y en menor proporción Jerez, Torrontés, Godello, Macabeo, Loureira, Albilla y Albariño. Los vinos blancos, de color pajizo, resultan elegantes, frescos, ligeros, muy aromáticos y de alegre acidez. Los tintos, de color rojo morado muy vivo, son vinos de mucha capa y elevada acidez fija.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 6.053 viticultores y 109 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 14 millones de litros de vino, que en un 95% se consume en el mercado nacional.





## Ribera de Duero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción se extiende sobre 22.552 hectáreas de viñedo distribuidas entre 89 municipios de las provincias de Soria, Segovia, Burgos y Valladolid.

**CARACTERÍSTICAS:** La cepa predominante en la zona amparada por la Denominación es la Tinta del País; en menor proporción se cultivan variedades como Cabernet-Sauvignon, Merlot y Malbec, Garnacha y Blanca del País o Albillo. Los más representativos son los tintos de crianza y reserva, catalogados entre los mejores vinos del mundo, de intenso color, con irisaciones moradas, aroma muy delicado y penetrante, y suavemente ácidos. Los rosados son sutiles, frescos y ligeros en boca.

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



Denominación de Origen Calificada

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción amparada se extiende sobre 62.620 hectáreas de viñedo repartidas entre las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra. Está dividida en 3 subzonas vitivinícolas: Rioja

Alta, Rioja Baja y Rioja Alavesa.

**CARACTERÍSTICAS:** Sobre la base de la cepa Tempranillo, con aportaciones de Garnacha, Mazuelo y Graciano, se obtienen grandes vinos tintos de crianza, reserva y gran reserva. También se elaboran blancos jóvenes y de crianza y excelentes rosados (claretes), completando una de las ofertas de vinos de mayor calidad del mundo.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 15.400 viticultores y más de 992 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 317 millones de litros de vino según campañas, de los que un tercio se destina a la exportación.

## Rueda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie registrada en la DO Rueda es de 13.074 hectáreas, siendo 8.173 hectáreas sólo de la variedad Verdejo. La DO comprende 72 municipios repartidos entre las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila, siendo las localidades de Rueda, La Seca y Serrada

los centros vitivinícolas más importantes.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad autóctona de la zona es la Verdejo, estando permitidas también las variedades Sauvignon Blanc, Viura y Palomino en la elaboración de los vinos blancos. Los vinos de la DO Rueda son vinos de la cosecha, frescos y jóvenes. Desde hace unos años se ha introducido una forma de elaboración adicional en los blancos como es la fermentación en barrica, ampliando así la gama de los vinos de la DO.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas 54 bodegas y 1.384 viticultores, que comercializan una media de 43 millones de botellas, de las que el 15% se destina a los mercados internacionales.

## Somontano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:**

La superficie protegida por la Denominación de Origen Somontano es de unas

3.938 hectáreas, distribuidas entre 43 municipios del centro de la provincia de Huesca, con Barbastro como principal centro vitivinícola.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades autorizadas son las tintas Moristel, Tempranillo, Garnacha, Parraleta, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot-Noir; y las blancas Macabeo, Garnacha Blanca, Alcañón, Chardonnay y Gewürztraminer. Los vinos tintos característicos son afrutados, de ligera acidez y con poca graduación. Los blancos resultan frescos y muy aromáticos. Los rosados son brillantes de color, delicados en aromas y de suave sabor.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 370 viticultores y 32 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino; el 20% de este volumen de producción se destina a los mercados exteriores.

## Tacoronte-Acentejo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**TACORONTE  
ACENTEJO**

*Denominación de Origen*

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de la Denominación ampara una superficie de más de 1.174 hectáreas de viñedo repartidas entre 9 municipios localizados al norte de la isla de Tenerife.

**CARACTERÍSTICAS:** Las cepas predominantes son Listán Negro, Negramoll y Listán Blanco y en menor medida se cultivan otras variedades como la Malvasía, Gual, Moscatel, Tintillo, Verdello, Syrah, Merlot o Castellana. Los vinos tintos de mayor producción son de color rubí, con matices violáceos, jóvenes y frescos, de aromas afrutados, paso en boca amplio y suave, y gusto fragante y potente. Los vinos blancos, de color amarillo pálido, con matices verde y dorado, resultan armoniosos y equilibrados, de aromas afrutados y paso en boca vivo.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 1.816 viticultores y 49 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1 millón de litros de vino, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

## Tarragona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Ampara una superficie de 7.280 hectáreas de viñedo distribuidas en 73 municipios de las comarcas de Tarragonés, Alt Camp, Baix Camp y Ribera d'Ebre en la provincia de Tarragona.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades blancas preferentes son la Macabeo, Parellada y Xarel.lo, y las variedades tintas son la Ull de Llebre, Carinyena, Garnatxa Negra y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos de Alt Camp de Tarragona son muy suaves, equilibrados, aromáticos y afrutados. En la zona de la Ribera d'Ebre los blancos son de color brillante. Los vinos tintos de la zona del Camp de Tarragona son firmes y aromáticos y los rosados frescos y de color cereza. Los tintos de la Ribera d'Ebre armonizan el cuerpo y el color de la carinyena y la riqueza de la garnatxa. Los vinos de licor Tarragona Classics son Mistela de Tarragona, Moscatell de Tarragona, Garnatxa de Tarragona y Vi Ranci de Tarragona. Los Tarragona Classics tienen fama y prestigio, son vinos licorosos y generosos.

**DATOS BÁSICOS:** 2.613 viticultores y 22 bodegas producen una media anual de 35 millones de litros de vino.

## Terra Alta

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**DENOMINACIÓN DE 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 las 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 17.830 hectáreas de viñedo, repartidas en cuatro subzonas de producción de la provincia de Valencia: Alto Turia, Valentino, Clariano y Moscatel de Valencia.

partidas 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 rancieros de color rojizo oscuro, de potente grado alcohólico.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos 11.746 viticultores y 83 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 59 millones de litros de vino de la Denominación, de los que más del 70% se dirige a los mercados exteriores.



## Valle de Güímar



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 Güímar, 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 Güímar 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.

**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



Vino de Calidad de  
**Valtiendas**

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca 8 términos municipales del norte de la provincia de Segovia, destacando Fuentidueña, Torreadrada, Aldeasoña, Fuentesoto y Valtiendas.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uvas acogidas son la Albillo, Cabernet-Sauvignon y Syrah, en blancas, y la Tempranillo, en tintas. Asimismo, también están admitidas en el reglamento las variedades Garnacha y Merlot. Los vinos protegidos son rosados y tintos, que deberán estar elaborados con las variedades protegidas y contener, al menos, el 50% de la variedad Tempranillo.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 10 viticultores y 5 bodegas. La producción media ronda los 350.000 litros anuales, obtenidos de sus más de 76 hectáreas de viñedo registradas bajo esta calificación.

## Vinos de Madrid



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida por la Denominación de Origen Vinos de Madrid se encuentra en torno a las 8.390 hectáreas de viñedo repartidas en tres subzonas de producción al sur de la Comunidad de Madrid: Arganda,

Navalcarnero y San Martín de Valdeiglesias.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades predominantes son las blancas Malvar, Albillo y Airén, y las tintas Garnacha Tinta, Tinto Fino y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos son jóvenes y frescos, de sabor afrutado e intenso aroma. Los rosados son muy aromáticos, frutosos de sabor y moderada graduación alcohólica. Los vinos tintos son jóvenes, muy sabrosos y de media graduación alcohólica.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos más de 2.891 viticultores y 44 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 4,5 millones de litros de vino, vendidos casi en su totalidad en el mercado interior, a excepción de un 20% que se exporta.

## Vino Naranja del Condado de Huelva



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y crianza de este vino comprende 10 términos municipales de la provincia de Huelva.

**CARACTERÍSTICAS:** Se elabora a partir de vino blanco amparado por la DO Condado de Huelva, que

sigue presente al menos en un 75% del volumen. Estos vinos se someten a edulcoración con mosto de uva y a una aromatización mediante cortezas de naranja. Tras la maceración, se separan las cortezas del vino y la bebida se somete a clarificación. Finalmente, se procede al envejecimiento mediante criaderas y soleras, en botas de roble durante dos años. Las características organolépticas de estos vinos ofrecen un aroma intenso con recuerdo a frutas, especialmente a cítricos, son de color caoba oscuro, su sabor es dulce y suave.

**DATOS BÁSICOS:** Sólo pueden utilizar la denominación Vino Naranja del Condado de Huelva los aromatizados que se ajustan al pliego de condiciones de la DO y cuyas empresas elaboradoras estén inscritas en el CR de las DO Condado de Huelva y Vinagre del Condado de Huelva.

## Ycoden-Daute-Isora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito protegido por la Denominación se localiza en una superficie de 307 hectáreas de viñedo repartidas en nueve municipios al noroeste de la isla canaria de Tenerife.

**CARACTERÍSTICAS:** Las cepas predominantes son Listán Blanco y Listán Negro y en menor proporción se cultivan las variedades Malvasía y Moscatel. La producción más tradicional es la de vinos blancos y rosados, aunque se está incrementando la elaboración de tintos jóvenes de excelente calidad. También se producen vinos dulces, obtenidos a partir de las variedades Moscatel y Malvasía.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 741 viticultores y 20 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 450.000 litros de vinos Ycoden-Daute-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 6.500 hectáreas de viñedo, localizadas exclusivamente en el término municipal de Yecla, en la Región de Murcia.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad de uva más abundante en la zona es la tinta Monastrell, complementada por Syrah y Garnacha.

En uvas blancas predominan las variedades Macabeo y Airén. El mayor volumen de producción corresponde a vinos tintos, de color granate rubí, que resultan suaves y cálidos al paladar y de escasa acidez. Los blancos y rosados son jóvenes y afrutados, aromáticos y frescos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registrados 705 viticultores y 11 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 3,7 millones de litros de vino con Denominación de Origen Yecla; el 85% de esta producción se canaliza hacia los mercados exteriores.

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El mercado español de bebidas espirituosas ha continuado creciendo durante el último ejercicio computado. La recuperación económica y, sobre todo, los buenos datos de la hostelería y el turismo explican que las cifras de ventas muestren una tendencia positiva. Así, se vendieron 214 millones de litros, con un incremento interanual del 4%. Para su producción se consumieron 97.000 toneladas de uvas, 62.000 toneladas de hierbas aromáticas, 30.000 toneladas de maíz, 10.000 toneladas de cebada y 1.000 toneladas de endrinas. El valor añadido bruto del sector rondó los 7.585 millones de euros, lo que supone alrededor de un 0,12% del PIB de nuestro país.

El whisky continúa siendo la oferta más importante, con una cuota del 27% del total de ventas y un incremento interanual del 1,9%. En segundo lugar se sitúa la ginebra, que ha tenido un importante crecimiento del 9,9%, y alcanza un porcentaje del 22%. A continuación aparece el ron, con el 16%, lo que supone una caída del 2,3%. El cuarto lugar es ocupado por los licores que representan el 13% de todo el mercado, con un crecimiento notable del 3,9%. Con menos importancia encontramos el brandy, con el 9% y un incremento interanual del 1,9%, después de varios ejercicios de pérdidas continuas, los anisados, con el 7% (+1,9%), el vodka, con una cuota del 5% (-0,6%) y el tequila, con el restante 1% (+3,5%). Dentro de los whis-



### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LICORES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A.	332,15
Miguel Torres, S.A. - Grupo *	263,00
Diageo España, S.A.	260,00
Grupo Osborne *	216,00
Bacardi España, S.A.	200,00
González Byass, S.A. - Grupo *	170,00
Grupo Varma *	170,00
Grupo Zamora	162,79
Maxxium España, S.L.	162,00
Moët Hennessy España, S.A.*	85,78

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



kys las categorías standard representan el 91% de todas las ventas, mientras que los premium llegan hasta el 6% y súper premium alcanzan el restante 3%. En el caso de las ginebras, las presentaciones standard suponen el 80% del total del mercado, seguidas por las súper premium (11%) y premium (9%). Los rones oscuros acaparan el 86% de todas las demandas, mientras que el restante 14% corresponde a los rones blancos. Entre los licores, las cremas suponen el 23,8% de todas las ventas, seguidas por los licores de hierbas (22,4%), pacharán (13,2%) de frutas (10%) y orujos y aguardientes (8,1%). ●



## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de bebidas espirituosas tiene una gran importancia en nuestro país. En la base de la pirámide productiva aparecen 144.000 hectáreas con cultivos destinados durante todo el año a la elaboración de bebidas espirituosas y alrededor de 3.800 centros de elaboración. Aunque un 80% de las empresas del sector están catalogadas como de dimensiones pequeñas y medias, los niveles de concentración son muy elevados, ya que el mercado español y, también, los mercados internacionales están dominados por grandes compañías multinacionales, con estrategias globalizadas. Las ocho principales compañías del sector controlan el 65,2% de todas las ventas en volumen y el 72,6% en valor. Los socios de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE) son unas 120 empresas productoras y distribuidoras de bebidas espirituosas y productos derivados, con lo que representa a prácticamente el 100% del sector en nuestro país. El tejido empresarial se concentra preferentemente en Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia y la Comunidad Valenciana. En Galicia aparecen radicados unos 3.380 destiladores artesanales. Se calcula que el sector genera unos 300.000 puestos de trabajo. Los impuestos pagados al Estado (IVA e impuestos especiales) por todas las empresas elaboradoras de bebidas espirituosas de nuestro país rondan los 1.300 millones de euros, con un incremento interanual del 1,2%.

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de bebidas espirituosas han adquirido una gran importancia en los últimos tiempos y constituyen una alternativa fundamental para la supervivencia del sector. Durante el último ejercicio computado el valor de ese comercio exterior llegó hasta los 590 millones de euros, con un incremento interanual del 2,9%. Hay que tener en cuenta que, a comienzos de esta década, las exportaciones apenas llegaban a los 339 millones de euros, lo que indica el importante crecimiento registrado. Los principales mercados de destino de estas exportaciones son Filipinas, México, Estados Unidos y Nigeria, lo que muestra la importante diversificación alcanzada. Se considera que en la actualidad un 40% de toda la producción española de bebidas espirituosas se comercializa fuera de

El líder sectorial registra una facturación anual de 377 millones de euros anuales, acaparando el 21% de todo el mercado en valor, mientras que el segundo grupo llega hasta los 222 millones de euros (16,5% del total), el tercero se sitúa en 170 millones de euros (14,6% del total), el cuarto se acerca a los 156,5 millones de euros y el quinto ronda los 150 millones de euros. Con facturaciones entre 50 y 95 millones de euros anuales aparecen otros cinco operadores. Las marcas de distribución no son muy importantes en este mercado, ya que apenas suponen el 8,8% de todas las ventas en volumen y el 4,7% en valor y, además, tienden a perder peso de año en año. Las inversiones publicitarias son muy importantes en este sector, superando los 16 millones de euros anuales. ○



nuestras fronteras. Un 80% de todas las partidas exportadas corresponde a los aguardientes, incluido el brandy. A pesar de la importancia creciente de las exportaciones, una parte muy importante de las bebidas espirituosas consumidas en España se produce fuera de nuestro país. Es el caso del whisky, del que el 73% proviene de Escocia. Entre las ginebras, el 53% del total procede de la importación. Por lo que hace referencia al ron, cerca del 79% se elabora fuera de España, mientras que en el vodka ese porcentaje se reduce a un 55%. Nuestros principales proveedores son otros países de la Unión Europea, entre los que destaca Reino Unido, sobre todo en whisky y ginebra. Durante los últimos tiempos, han adquirido mucha importancia algunos países del Caribe, como proveedores de rones oscuros. ○



## CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 90,8 millones de litros de bebidas espirituosas y gastaron

402,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2 litros de consumo y 8,8 euros de gasto. ○

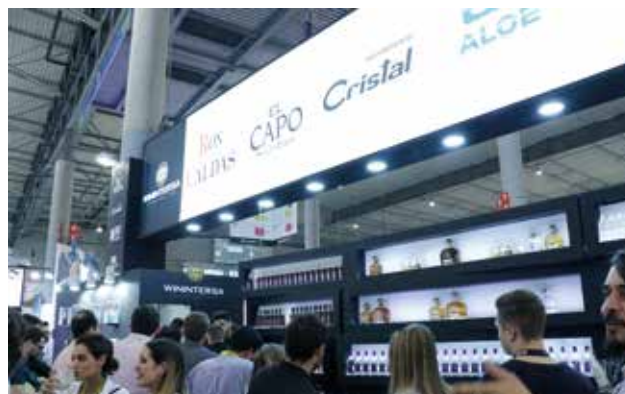
### CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones Litros)	PER CÁPITA (litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS</b>	<b>90,8</b>	<b>2,0</b>	<b>402,1</b>	<b>8,8</b>
BRANDY	4,4	0,1	42,1	0,9
WHISKY	7,0	0,2	91,6	2,0
GINEBRA	5,1	0,1	67,8	1,5
RON	3,6	0,1	43,3	0,9
ANIS	2,6	0,1	19,4	0,4
OTRAS BEBIDAS CON VINO	57,0	1,2	41,7	0,9
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	11,1	0,2	96,2	2,1

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bebidas espirituosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bebidas espirituosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de más de 65 años, el consumo de bebidas espirituosas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas espirituosas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas espirituosas, mientras que

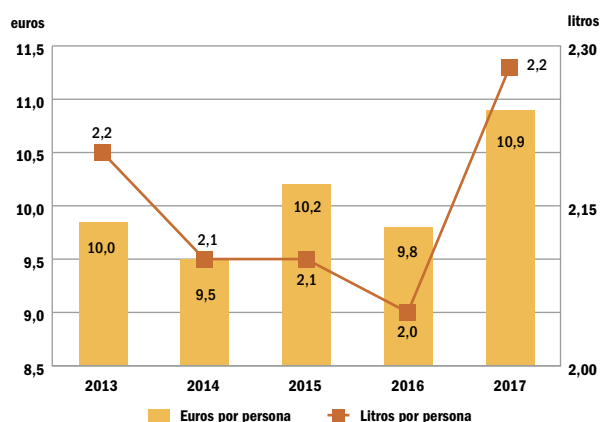


- los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos e independientes, retirados, y parejas con hijos mayores, 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, Región de Murcia y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Castilla y León 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. En el periodo 2013-2017, el mayor consumo se produjo en 2013 y 2017 (2,2 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2017 (10,9 euros por consumidor).

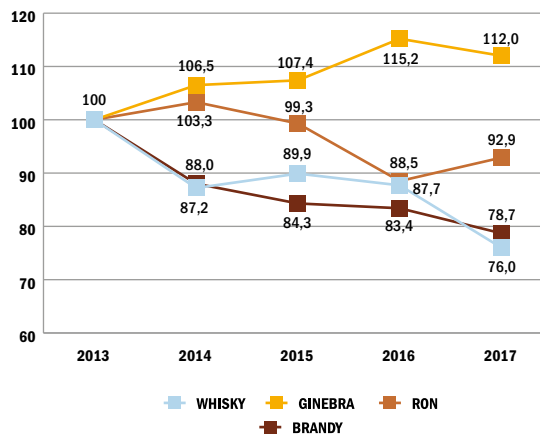
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2013-2017



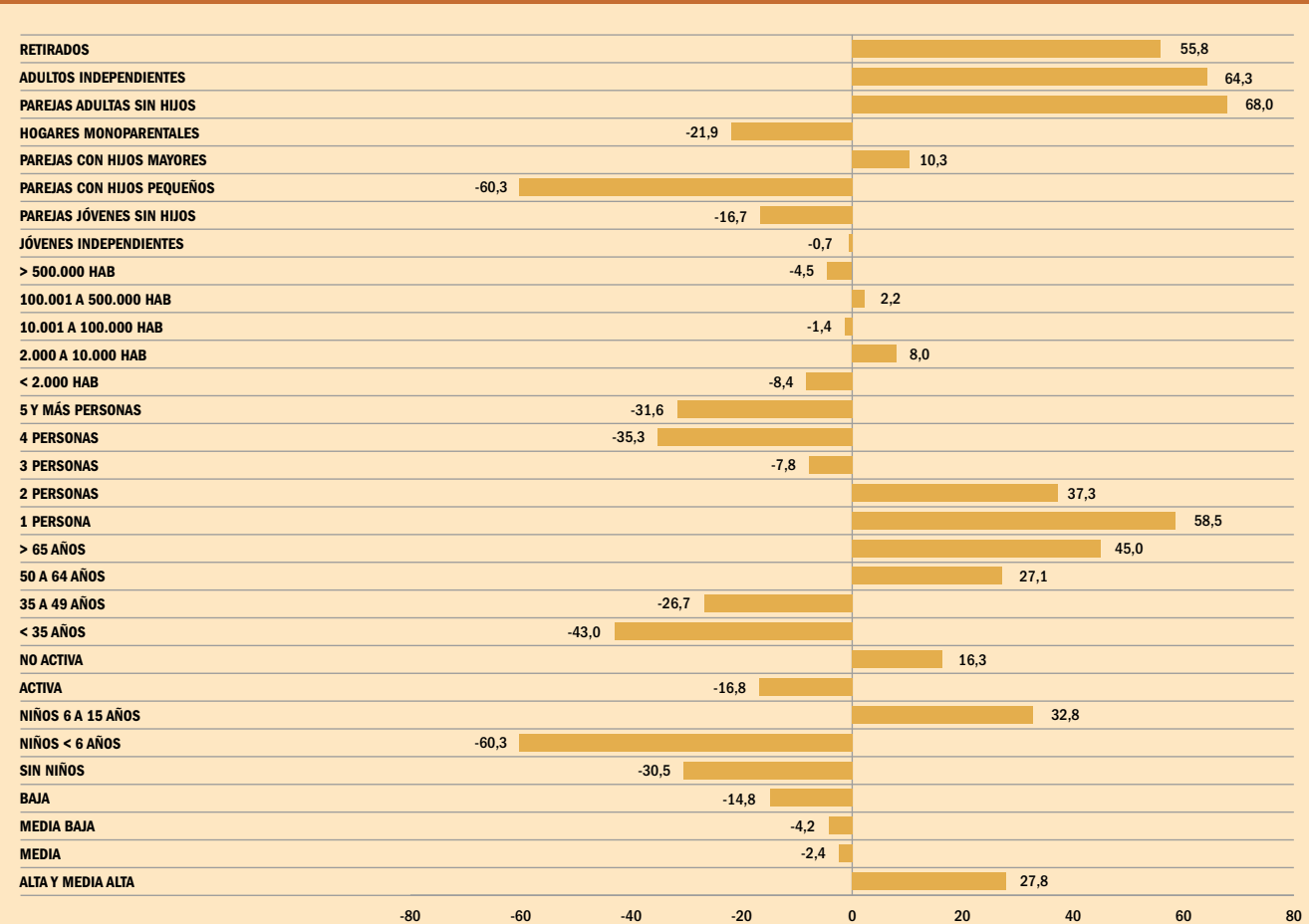
En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de ginebra aumenta y, por el contrario, en ron, brandy y whisky se produce un descenso.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2013=100), 2013-2017

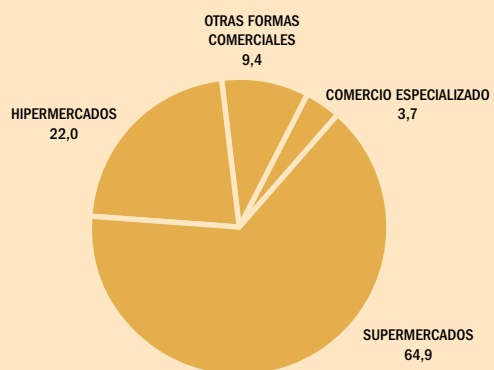


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 2,0 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (64,9% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 22%. Los establecimientos especializados representan el 3,7% y otras formas comerciales alcanzan la cuota del 9,4%. ○



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

### ANDALUCÍA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BRANDY DE JEREZ

ANÍS DE CAZALLA

ANÍS DE OJÉN

ANÍS DE RUTE

RON DE GRANADA

RON DE MÁLAGA

### ASTURIAS

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS

AGUARDIENTE DE SIDRA DE ASTURIAS ◊

### CANARIAS

#### DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RONMIEL DE CANARIAS ◊

### BALEARES

#### DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

PALO DE MALLORCA

HIERBAS IBICENCAS

GIN DE MENORCA

HERBES DE MALLORCA

### CANTABRIA

#### MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

AGUARDIENTE DE ORUJO

### CATALUÑA

#### DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RATAFIA CATALANA ◊

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

AGUARDIENTE DE GALICIA (ORUJO DE GALICIA)

AGUARDIENTE DE HERBAS DE GALICIA (AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA)

LICOR DE HERBAS DE GALICIA (LICOR DE HIERBAS DE GALICIA)

LICOR CAFÉ DE GALICIA

### LA RIOJA

#### REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

AGUARDIENTES

BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES

LICORES

PACHARÁN

### MADRID

#### DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

CHINCHÓN

### NAVARRA

#### DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

PACHARÁN NAVARRO ◊



◊ Inscrita en el Registro de la UE





## Aguardiente de Hierbas de Galicia (Aguardente 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 estrellado (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:** 6 empresas comercializan al año 646.908 litros de Aperitivo-Café de Alcoy, 146.391 litros de Cantueso Alicantino, 455.950 litros de Anís Paloma de Monforte del Cid y 27.262 litros de Herbero de la Sierra de Mariola.

## Brandy de Jerez

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Brandy de Jerez ampara la elaboración de brandy obtenido de aguardiente de vino y producido en la zona de elaboración y envejecimiento constituida por el triángulo de los términos municipales de Jerez de la Frontera, Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda, en la provincia de Cádiz.

**CARACTERÍSTICAS:** El envejecimiento se realiza en botas de roble con una capacidad de 500 litros que previamente han contenido vino de Jerez. Los tipos de Brandy de Jerez son: Solera, sometido a un proceso de envejecimiento superior a 6 meses; Solera Reserva, con un envejecimiento superior a un año, y Solera Gran Reserva, con un envejecimiento superior a 3 años. La graduación alcohólica en todos los casos oscila entre 36° y 45°.

**DATOS BÁSICOS:** Las 33 empresas inscritas comercializan una media anual de 44 millones de litros de brandy, de los que el 40% se destina a la exportación.

## 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 pero en cualquier caso finaliza en recipientes de roble de menos de 500 litros, lo que permite un mayor contacto con la madera de roble que le aporta matices aromáticos.

**DATOS BÁSICOS:** 3 empresas han constituido el Consejo Regulador. Al ser reciente su aprobación todavía no existen datos sobre el producto comercializado.

## Gin de Mahón

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración amparada se encuentra limitada a la isla de Menorca, en el archipiélago balear. Como base fundamental para la elaboración del Gin de Menorca se utiliza una planta característica de la isla: el enebro.

**CARACTERÍSTICAS:** Esta bebida se obtiene por destilación de alcohol etílico de origen agrícola, bayas de enebro y agua. La destilación se realiza en alambiques de cobre en contacto directo con fuego de leña. Una vez finalizado este proceso se introduce el líquido en barricas de roble blanco tipo americano de 3 a 5 días para que adquiera un ligero sabor a madera. El Gin de Menorca es transparente, con sabor a enebro y una graduación alcohólica que oscila entre los 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 sureste de Madrid. La tradición de este producto se remonta al siglo XVII, cuando los campos de Chinchón se convierten en grandes extensiones de viñedos y se cultivan importantes superficies de anís matalahúga.

**CARACTERÍSTICAS:** La fórmula de elaboración de esta bebida radica en la destilación en alambique de cobre de la 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 añadiéndoles 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/Aguardente de Galicia y alcohol etílico de origen agrícola, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de café de tueste natural, con un contenido mínimo de azúcares superior a 100 gramos por litro.

**DATOS BÁSICOS:** En el último año 25 empresas comercializaron 39.200 litros con Denominación Geográfica.

## Licor de Hierbas de Galicia (Licor de Herbas de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:**

Esta Denominación Geográfica protege los licores de hierbas elaborados en toda la comunidad autónoma de Galicia.

**CARACTERÍSTICAS:** Licor de Hierbas de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada a partir de aguardiente amparado por la Denominación Geográfica Orujo de Galicia/Aguardente 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 (Aguardente 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* <sup>®</sup>

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Específica ampara la zona de elaboración delimitada por el ámbito

geográfico de la Comunidad Foral de Navarra.

**CARACTERÍSTICAS:** Es una bebida alcohólica, entre 25° y 30°, elaborada por el sistema de maceración de endrinas, frutos que transmiten su aroma, sabor afrutado y color rojo. Unas pinceladas suaves de anís terminan de armonizar sus cualidades organolépticas. La maceración oscila entre 1 y 8 meses. Se emplean entre 125 y 250 gramos de endrinas maduras por litro de pacharán y un contenido de azúcares de 80 a 250 gramos.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Específica figuran inscritas 8 empresas que comercializan una media anual de 4 millones de litros, vendidos en su práctica totalidad en el mercado interior.

### *Palo de Mallorca*

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Geográfica Palo de Mallorca ampara la elaboración de esta bebida espirituosa en todo el ámbito geográfico de la isla de Mallorca, en la comunidad autónoma de Baleares.

**CARACTERÍSTICAS:** El Palo de Mallorca es un licor elaborado mediante la maceración de quina y genciana en una mezcla hidroalcohólica de alcohol etílico natural de origen agrícola. También se puede obtener por infusión de quina y genciana en agua, con adición posterior del alcohol hasta alcanzar la graduación requerida. Una vez finalizada la maceración o infusión de quina o genciana, y ya decantada, se le añade una disolución acuosa de sacarosa y azúcar caramelizado. En la última fase del proceso se incorpora alcohol y agua hasta obtener la graduación alcohólica permitida, entre 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.

### *Ratafia Catalana* <sup>®</sup>

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 Ratafia Catalana es un licor elaborado

por una maceración hidroalcohólica de nueces verdes con incorporación de una mezcla de plantas aromáticas maceradas o destiladas. Cada elaborador tiene su propia receta, pero como mínimo han de estar presentes la hierba luisa, la canela, el clavo y la nuez moscada. El tiempo mínimo de maceración de las nueces es de tres meses. Una vez obtenido el macerado, se decantan los líquidos, se añade azúcar, alcohol y agua hasta la graduación alcohólica conveniente que está comprendida entre 24 % vol. y 30 % vol. Se puede utilizar azúcar caramelizado para conseguir la coloración característica del color caramelo. El producto resultante se somete a envejecimiento durante un período mínimo de tres meses en recipientes de madera.

### *Ronmiel de Canarias*

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Geográfica Ronmiel de Canarias ampara la producción y elaboración de este licor tradicional en toda la comunidad autónoma de Canarias.

**CARACTERÍSTICAS:** La elaboración del ronmiel protegido se lleva a cabo mediante la mezcla de ron, aguardiente de

caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados, agua potable, azúcares, extractos vegetales (aromas) y miel. El producto es de color del oro viejo al caoba intenso, capa media, limpio y brillante. Su sabor es intenso, dulce, untuoso, suave al paladar, de retrogusto muy agradable con aroma caramelizado, miel, con notas a ron y extractos vegetales. Su aspecto es traslúcido, exento de impurezas y de partículas en suspensión. Se podrá utilizar la mención Selecto cuando las materias primas (ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados y miel) sean de origen canario. La graduación alcohólica mínima es del 20% del volumen y una máxima del 30%.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de Ronmiel de Canarias ronda los 1,5 millones de litros anuales, de los cuales unos 46.000 l. se destinan a su exportación.



## SIDRA

La aparición de nuevas sidras (aromatizadas, con zumo de frutas, de hielo, cócteles de sidra, sidras sin alcohol y sidras light), impulsadas por la normativa aprobada a principios de 2017 y el prestigio adquirido por las sidras naturales ha provocado un incremento de las ventas que se cifra en torno a un 3% anual. Así se llegó durante el último ejercicio computado hasta casi 13,3 millones de litros vendidos en el canal alimentario. En valor, el incremento ha sido de un todavía más importante 6%, llegando a los 26,6 millones de euros. Hay que tener en cuenta que las cifras de producción de las 15 principales empresas del sector llegaron hasta los 77 millones de litros, con un incremento interanual de más del 4%, lo que muestra la importancia del consumo en hostelería. La DOP de sidra de Asturias distribuyó un 10% más de etiquetas, alcanzando los 1,9 millones de botellas. Se espera que en 2018 las etiquetas de las botellas amparadas por la denominación de sidra asturiana rondan los 4 millones. Por lo que hace referencia a



la sidra de Manzana Seleccionada, también se ha registrado un buen comportamiento, con la puesta en el mercado de 1,7 millones de botellas. En el caso de la sidra del País Vasco ha aparecido una nueva mención, Euskal Sagardoa, de la que ya se elaboran más de 1,3 millones de botellas. España es el quinto productor de sidra de Europa, superada por Reino Unido, Francia, Irlanda y Alemania. Estados Unidos aparece como el máximo productor mundial de sidra. ●

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*En el sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de sidra conviven dos realidades diferentes. Por una parte, hay una gran variedad de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la elaboración de sidra natural, mientras que cada vez, aparecen algunos grandes grupos con una oferta muy variada y cifras de producción importantes, en las que las estrategias de internacionalización resultan fundamentales. Entre el primer grupo de empresas, podemos citar a los 31 lagares y 343 productores que están inscritos en los registros de la DOP Sidra de Asturias. Incluso en este ámbito han ido surgiendo empresas cada vez más grandes que incursionan, aparte de la sidra natural, en otras ofertas afines. El principal grupo del sector registra una producción*

*de 33 millones de litros, con unas ventas de 17,5 millones de euros, mientras que el segundo llega a los 12 millones de litros y los 15,2 millones de euros y el tercero se queda en 7,6 millones de litros y 6,7 millones de euros. Las buenas perspectivas del sector han hecho que incursionen en este mercado algunas empresas cerveceras. ○*

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
S.A. Valle, Ballina y Fernández	17,40
Manuel Busto Amandi, S.A.	7,20
Custom Drinks, S.L.	7,00
Sidras Kopparberg, S.A.	5,90
Grupo Masaveu Bodegas *	4,50
Sidra Trabanco, S.A.	4,00
Sidra Menéndez, S.L.	4,00
S.A.T. Zapiáin	2,30
Sidra Cortina Coro, S.L.	1,90
Lagar Herminio, S.L.	1,20

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017



## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de sidra ha sido y continúa siendo claramente negativo para España, aunque las exportaciones han crecido de forma muy notable durante los últimos años. Tradicionalmente la producción nacional de sidra cubría las demandas internas y sólo un pequeño porcentaje se exportaba a países con fuertes contingentes de población emigrante o descendiente de emigrantes españoles. La principal empresa del sector envía algunas partidas importantes de sidra

a Estados Unidos (22% del total), seguido por Cuba (9%), República Dominicana (7,8%) y Venezuela (4,9%). El segundo grupo tiene presencia en 60 países, destacando sus ventas en Estados Unidos, Bélgica, Holanda y Francia. Las importaciones son mucho más importantes y se relacionan con los fuertes flujos turísticos que recibe nuestro país. Una filial de una cervecera sueca comercializa en nuestro país unos 4,3 millones de litros de sidra, con un espectacular incremento interanual del 24%. Sus mayores ventas se registran en Canarias. ○

## Consumo y gasto en sidra

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 13 millones de litros de sidra y gastaron 26,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,3 litros de consumo y 0,6 euros de gasto. ○

### CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL SIDRA</b>	<b>13,0</b>	<b>0,3</b>	<b>26,4</b>	<b>0,6</b>

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sidra es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sidra es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona de menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sidra, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que residen en el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sidra, mientras que los menores consumos tienen lugar los municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes.

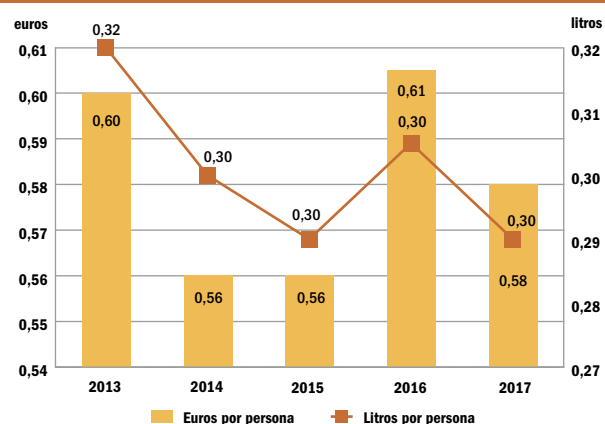


- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, y jóvenes y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales, entre las parejas jóvenes sin hijos y en el caso de las parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Navarra y Región de 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 y el gasto ha experimentado un ligero descenso de 2 céntimos de euro per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo más elevado se produjo en el año 2013 (0,32 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (0,61 euros por consumidor).

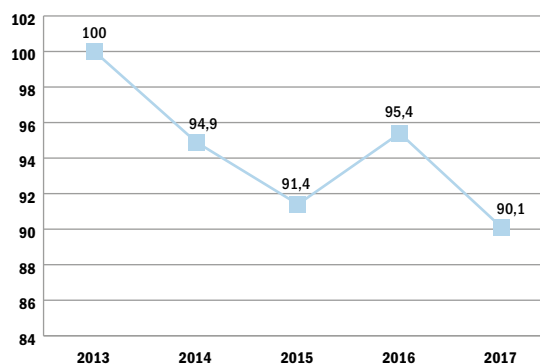
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SIDRA, 2013-2017



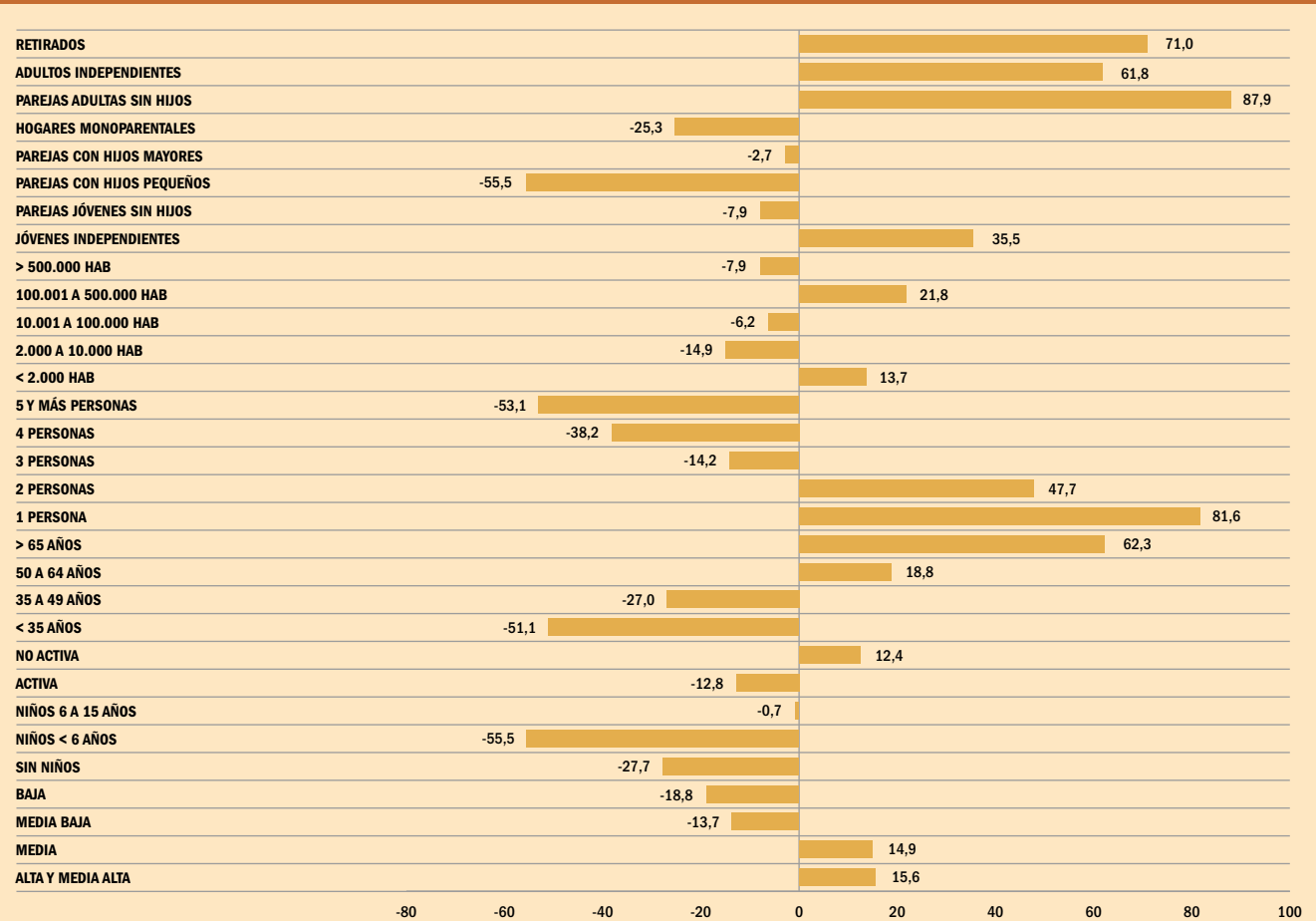
En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sidra durante el periodo 2013-2017, y respecto a la demanda de 2013, se observa una caída en los años 2014 y 2015, una nueva subida en 2016, y un nuevo descenso en el ejercicio 2017.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SIDRA (2013=100), 2013-2017

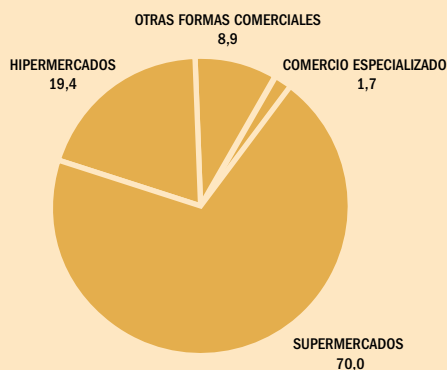


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SIDRA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 0,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (70% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 19,4% y los establecimientos especializados llegan al 1,7%. Las otras formas comerciales suponen el 8,9% restante. ○





## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS

### ASTURIAS

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

SIDRA DE ASTURIAS ◊

### PAÍS VASCO

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

#### EUSKO LABEL

SIDRA GORENAK

◊ Inscrita en el Registro de la UE

## Sidra de Asturias (Sidra d'Asturies) ◊

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

El ámbito amparado es la comunidad autónoma de Asturias. Los lagares se encuentran en Oviedo, Gijón y Villaviciosa, principalmente.

Como concejos productores de manzana de sidra destacan los dos últimos más Siero, Colunga, Nava, Llanes, Langreo, Piloña, Cangas de Onís, Onís y Caravia.

**CARACTERÍSTICAS:** La sidra es el producto resultante de la fermentación del mosto natural fresco de manzana de sidra, que contiene exclusivamente gas carbónico de origen endógeno. Su graduación alcohólica mínima es de 4,5°. Se elaboran tres tipos de sidra: la natural, de escanciado tradicional; la denominada de nueva expresión, filtrada y clarificada, y la espumosa, que se elabora a partir de 22 tipos de manzana.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie destinada al cultivo de manzano de sidra con DOP supera las 582 hectáreas. Se encuentran inscritos más de 272 productores y 23 empresas elaboradoras de sidra natural. La producción media anual es de 9,5 millones de litros, de los que se comercializan 2,8 millones de litros con DOP.

## VERMOUTH

La producción de vermouth en España tiene como base unos 400.000 Hl. de vinos blancos en su casi absoluta mayoría. Castilla-La Mancha es la comunidad que aporta el 70% de toda esa producción seguida a mucha distancia por la comarca del Penedés, en Cataluña, con el restante 30%. El vermouth representa el 2,5% de toda la producción de vino blanco de mesa de nuestro país. El vermouth es un vino aromatizado que se elabora a base de un 75% de vino blanco, macerado con una mezcla de hasta 100 hierbas aromáticas, en particular de especies de artemisia, con adición de azúcar y alcohol. Su graduación habitual suele estar entre 15 y 16% vol.

El mercado nacional de vermouth se sitúa entre los 25 y los 30 millones de litros anuales y ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años. Alrededor de 30 empresas se dedican a la fabricación de vermouth en España. Las 11 que forman la Asociación Española de Elaboradores y Distribuidores de Vermouth controlan en torno al 80% de todo el mercado. Los principales grupos del sector son algunos especialistas de capital español, junto a grandes multinacionales que suelen ser de origen italiano. Las exportaciones rondan los 20 millones de litros anuales. El consumo del vermouth es esencialmente urbano, y Madrid y Barcelona registran los mayores niveles de demanda. ●



## BEBIDAS REFRESCANTES

La producción anual de refrescos en España ronda los 4.400 millones de litros y mantiene una cierta estabilidad durante los últimos ejercicios. Los refrescos de cola constituyen la principal referencia, con el 48% del total en volumen. A continuación aparecen los refrescos de naranja, con una cuota del 11%, seguidos por las bebidas para deportistas (6,7%), los de limón (6,3%), las gaseosas (5%), los refrescos a base de té (4,2%), las tónicas (3%), los refrescos de lima/limón (3%), las bebidas energéticas (2,3%) y los bitter (1%). Todas las otras presentaciones representan el restante 9,5%. Como curiosidad, puede mencionarse que hace 40 años las gaseosas suponían el 35% del consumo total de bebidas refrescantes, mientras las colas apenas acaparaban un mucho más modesto 29%. La contribución socioeconómica del sector de bebidas refrescantes se calcula en unos 3.806 millones de euros de valor añadido bruto (VAT) y unos 1.415 millones de contribución fiscal.

Como tendencias más significativas durante los últimos tiempos en el mercado de bebidas refrescantes se indican la paulatina preponderancia de las bebidas más saludables y naturales, como las bebidas isotónicas o deportivas, con un incremento interanual del 3%, y los refrescos a base de té (+3,8%). También las tónicas han tenido un buen comportamiento durante el último año, con un crecimiento de sus ventas del 2%. Por último, es muy importante la cuota



ganada por las bebidas light, en las que se suprime el consumo de azúcar. Esas bebidas representan ya en la actualidad el 30% de todo el mercado. En el pasado año, las ventas de bebidas light crecieron en un 4%, destacando las tónicas light (+16%), los refrescos light de limón (+11%), de naranja (+9%) y las colas light (+4%). Dentro de los refrescos tradicionales, todos registraron descensos en sus ventas, con la excepción de las tónicas, impulsadas por el auge de los gin-tonic y la coctelería. El peso de los envases utilizados se ha reducido entre un 12% y un 17% en los últimos 16 años y que la totalidad de los envases de refrescos son reciclables o reutilizables. ●



### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

*El mercado español de bebidas refrescantes se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales.*

*El grupo más importante registró en el último ejercicio unas ventas que rondan los 3.000 millones de euros, con una caída interanual del 3,2%, como consecuencia de un año complicado, inmerso en un importante conflicto laboral. Su plantilla está compuesta por unos 4.300 trabajadores. El segundo operador llegó hasta los 671,5 millones de euros (-3,8%), con más de 860 empleados. La tercera empresa llega hasta los 523,5 millones de euros (1.170 trabajadores), mientras la cuarta ronda los 410 millones de euros (800 trabajadores) y la quinta se sitúa en los 210 millones de euros (240 trabajadores). Entre 103 y 160 mi-*

llones de euros anuales aparecen otros tres operadores. Se considera que el sector genera más de 9.500 empleos directos, mientras que los indirectos pueden rondar los 46.760 y los inducidos otros 14.920, lo que arroja un total de 71.190 puestos de trabajo.

Las marcas de distribución son menos importantes en este mercado de lo que suele ser habitual, rondando el 28% del total del sector en volumen, aunque alcanzan sus máximos en las gaseosas (64%), los refrescos sin gas (49,4%) y en los bitters (33,3%). En el otro extremo se sitúan las bebidas isotónicas (12,7%) y las energéticas (5,3%). El grupo líder del sector presenta unas cuotas del 53,5% de todas las ventas en volumen y del 63% en valor, mientras que el segundo llega hasta el 8,2% y el 7,3% respectivamente y el tercero se sitúa en el 4,4% en volumen y el 4,1% en valor. ○



## COMERCIO EXTERIOR

Las cifras disponibles sobre el comercio exterior de bebidas refrescantes son poco fiables, porque muchos movimientos entre filiales de una misma compañía multinacional no quedan reflejados en las estadísticas de importaciones y exportaciones. En cualquier caso, todas las estimaciones existentes insisten en la poca importancia de esos intercambios.

Las importaciones sobre las que se posee alguna información suelen encontrarse relacionadas con las ofertas de al-



## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE REFRESCOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coca-Cola España *	3.000,00
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	671,57
Schweppes, S.A. *	523,43
Pepsico Bebidas Iberia *	410,00
Calidad Pascual, S.A.U.- División Bebidas *	210,00
Font Salem, S.L. *	200,00
Refresco Iberia, S.A.U. *	160,70
Premium Mix Group, S.L. *	114,40
Agua Mineral San Benedetto, S.A.*	103,00
Red Bull España, S.L. *	95,00

\* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

gunas de las grandes cadenas de la distribución organizada y son en su práctica totalidad de origen europeo. Alcanzan alrededor de unos 80 millones de euros anuales, mientras que las exportaciones son bastante menos importantes y se sitúan ligeramente por encima de los 40 millones de euros. Muchas de las principales empresas españolas fabricantes de refrescos optan preferentemente por el establecimiento de plantas de producción cercanas a los grandes mercados e impulsan la internacionalización de sus instalaciones más que la exportación de los productos finales, lo que conlleva unos elevados costes de transporte. ○



## CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES

Durante el año 2017, los hogares españoles consumieron 1.894,1 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.526,3 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 41,5 litros de consumo y 33,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (38,2 litros por persona y año), y dentro de ellas, los consu-

mos más elevados se registran en los refrescos de cola (18,8 litros per cápita), seguido de los refrescos de naranja (4,9 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 3,3 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 97%, con un total de 32,5 euros por persona, mientras que la gaseosa representa el 3%, con 1 euro por persona. ○

### CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2017

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CÁPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
<b>TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS</b>	<b>1.894,1</b>	<b>41,5</b>	<b>1.526,3</b>	<b>33,5</b>
GASEOSAS	150,9	3,3	42,6	1,0
BEBIDAS REFRESCANTES	1.743,2	38,2	1.483,7	32,5
NARANJA	221,9	4,9	141,4	3,1
LIMÓN	124,7	2,7	76,9	1,7
COLA	857,0	18,8	718,7	15,8
NORMAL	390,7	8,6	325,3	7,1
LIGHT	344,6	7,6	288,2	6,3
SIN CAFEÍNA	22,2	0,5	20,5	0,5
LIGHT SIN CAFEÍNA	99,5	2,2	84,7	1,9
BEBIDA REFRESCANTE TÓNICA	39,4	0,9	55,7	1,2
BEBIDA REFRESCANTE TÉ Y CAFÉ	89,9	2,0	99,9	2,2
BEBIDA REFRESCANTE ISOTÓNICA	130,7	2,9	152,6	3,3
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	279,7	6,1	238,5	5,2
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	144,0	3,2	129,2	2,8





## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2017 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares sin niños.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes y gaseosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.

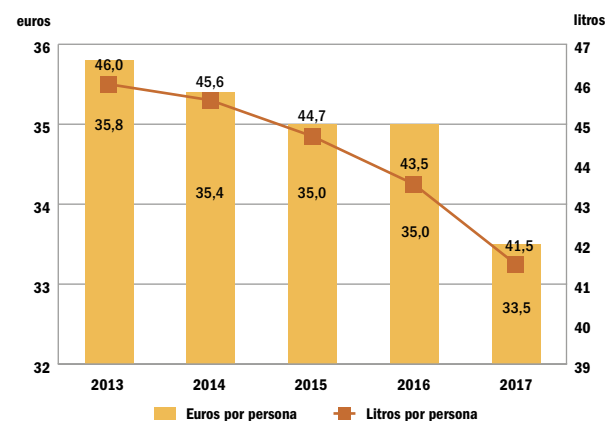
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los índices más reducidos se registran en los núcleos familiares formados por 4 miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 10.001 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de gaseosas y bebidas refrescantes, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (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, parejas sin hijos, con independencia de su edad, parejas con hijos mayores y en el caso de los hogares monoparentales, 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 Canarias 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

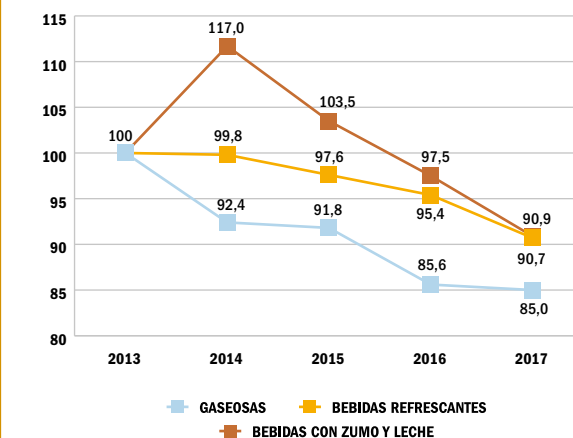
Durante los últimos cinco años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes ha caído 4,5 litros por persona y el gasto se ha reducido en 2,3 euros per cápita. En el periodo 2013-2017, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2013 (46 litros y 35,8 euros por consumidor).

En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2013-2017 ha sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2013, el consumo de bebidas con zumo y leche, bebidas refrescantes y gaseosas sufre un descenso.

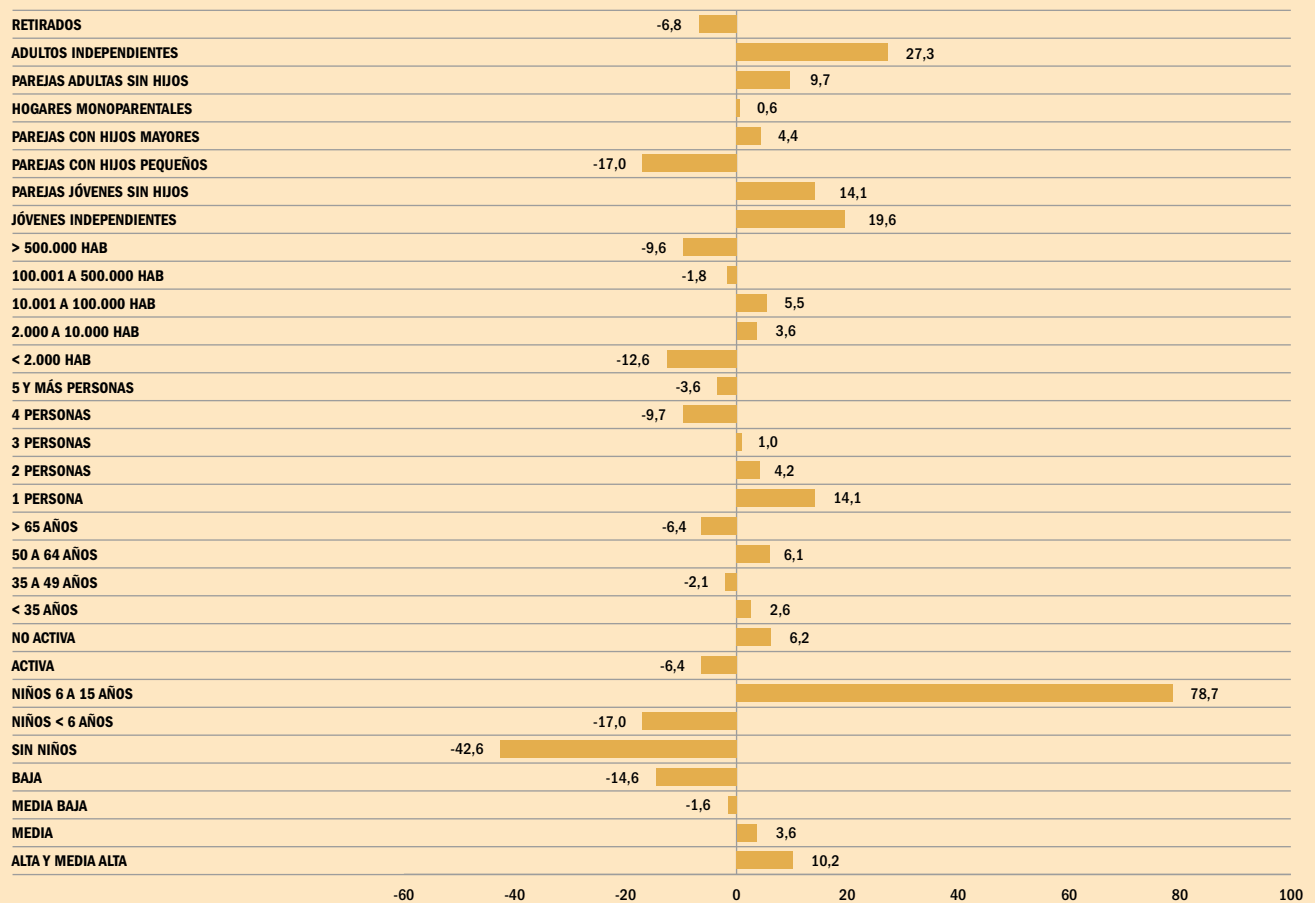
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES, 2013-2017



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2013=100), 2013-2017

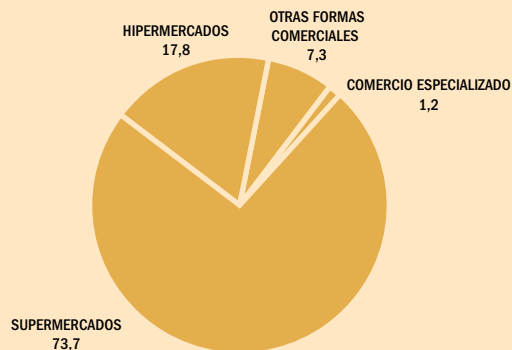


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE BEBIDAS REFRESCANTES EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



\* Media nacional = 41,5 litros por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2017



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2017 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (73,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 17,8%, el comercio especializado el 1,2%, y otras formas comerciales representan el 7,3% restante. ○



## PRODUCCIÓN INTEGRADA

La producción integrada de productos agrícolas está regulada por el Real Decreto 1201/2002. En él se define la producción integrada como aquella que promueve “la utilización de métodos que, teniendo en cuenta las exigencias de la sociedad, la rentabilidad del cultivo y la protección del medio ambiente, disminuyan el uso de productos químicos y permitan obtener producciones agrícolas de alta calidad, es una exigencia en la modernización de la agricultura”. En 2004 se estableció el distintivo de identificación de Garantía Nacional de Producción Integrada. Algunas entidades públicas o privadas reconocidas por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) son las que otorgan las certificaciones.

La superficie inscrita en la producción integrada en España asciende a 833.000 hectáreas (datos de 2014, últimos disponibles). Andalucía es la comunidad autónoma con mayor superficie destinada a este tipo de producción (66,6% del total). A continuación, se sitúan Extremadura (14,3%), Aragón (7%), Comunidad Valenciana (4%), Cataluña (3,6%) y Murcia (2,5%).

El grado de implantación de la producción integrada es de en torno al 5% de la superficie agrícola total. Ese porcentaje supera en Andalucía el 15%, el 11% en Canarias y Extremadura y el 5% en la Comunidad Valenciana.

Por tipos de cultivo, la mayor superficie es la de olivar, que representa el 57% del total español de superficie agraria registrada como producción integrada. A continuación se sitúan los cereales (9%), el arroz (8%), el algodón (6,3%), los frutales (5,8%), los cítricos (4,2%), la vid (2,2%), las hortalizas (1,8%), los frutos secos, el tabaco y la remolacha, con el 1,1% en cada caso, la fresa (0,6%) y la patata (0,3%).

Atendiendo a la implantación de la producción integrada por cultivos destaca el tabaco, con el 85% del total. En segundo lugar aparece la fresa (73%), seguida por el algodón (65%), el arroz (60%), el plátano (39%), la remolacha azucarera (24%), el olivar y los frutales (18% en cada caso) y los cítricos (12%).

Los cultivos e industrias agroalimentarias que disponen de normas de producción integrada son los siguientes: hortalizas (acelga, ajo, alcachofa, apio, berenjena, brócoli, calabacín, calsot, cebolla, champiñón, chirivía, col, coliflor, escarola, espárrago blanco, espinaca, fresa, guisante, haba, hinojo, judía verde, lechuga, lechuga cogo-



llo, melón, patata, pepino, pepinillo, perejil, pimiento, pimiento para pimentón, puerro, rábano, sandía, tomate y zanahoria), frutales (cerezo, ciruelo, kiwi, manzano, melocotón, nectarina, pera, plátano y níspero), frutos secos (almendra, avellana y nogal), cereales (cereales de invierno, cereales de verano, arroz y maíz), cítricos, olivar, vid, remolacha, leguminosas, algodón, tabaco, setas aceite de oliva, conservas vegetales, hortalizas elaboradas en fresco, aceitunas de mesa, tomate de industria transformado, frutas y hortalizas para centrales hortofrutícolas, vinos, fruta seca elaborada y elaboración de arroz. ●



## AGRICULTURA ECOLÓGICA

Se entiende por producción ecológica “un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales”. Los términos agricultura ecológica u orgánica son considerados sinónimos.

En 2018 se ha publicado el nuevo Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la producción ecológica y el etiquetado de los productos ecológicos (Reglamento (CE) n° 2018/848). Este reglamento entrará en vigor el 1 de enero de 2021 y pretende favorecer la armonización del modelo de producción de la Unión Europea, mejorar la libre competencia entre los productos europeos y los de terceros países, prevenir la posibilidad de fraude y aumentar la confianza del consumidor de productos ecológicos, además de



clarificar algunos aspectos técnicos. El MAPAMA se ha preparado para esta nueva etapa, elaborando la Estrategia para la Producción Ecológica 2018-2020, cuyo primer objetivo ha sido la inclusión de diversas actuaciones para mejorar el conocimiento del producto ecológico y su método de producción. En España son las comunidades autónomas las que tienen competencias directas en el control y certificación de la producción agraria ecológica y establecen Consejos o Comités de Agricultura Ecológica de carácter territorial. ●

### LAS CIFRAS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

En 2017 la superficie inscrita en agricultura ecológica llegó hasta algo más de 2.082.100 hectáreas, lo que supone un incremento interanual del 3,1%. Nuestro país ocupa el primer lugar en superficie de agricultura ecológica de la UE y quinto mundial. Un 80,8% de esa superficie se encuentra calificado, un 12,7% aparece en conversión y el restante 6,5% está en su primer año de prácticas. Andalucía acapara el 46,8% de todas las tierras en agricultura ecológica de España, seguida por Castilla-La Mancha (17,9%), Cataluña (9,6%), Comunidad Valenciana (4,6%), Extremadura (4,5%), Murcia (3,9%), Navarra y Aragón (con cuotas en torno al 2,7% en ambos casos), Castilla y León (2,1%), Baleares (1,6%), Galicia (1,5%), Asturias (0,6%), Madrid (0,5%), Canarias (0,3%), La Rioja (0,2%), País Vasco (0,2%) y Cantabria, con algo más del 0,1%. Los pastos y prados permanentes suponen el 52,1% de toda la superficie ecológica, mientras que los cultivos permanentes representan otro 25,4% y los cultivos en tierras arables el restante 22,5%. Entre los cultivos permanentes destacan los olivares (36,9%), frutos secos (27,8%), viñedos (20,2%), cítricos (2,3%), frutales (1,2%), plataneras y subtropicales (0,7%) y bayas cultivadas (0,2%). Todos los otros cultivos representan

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
S.A.T. Almendras de Almería *	90,00
Liquats Vegetals, S.A. *	56,80
Lácteos Industriales Agrupados, S.A. *	56,53
Frías Nutrición, S.A. *	50,00
Soria Natural, S.A. *	44,00
Herbex Iberia, S.L. *	38,44
Frunet, S.L. *	34,20
Martínez Nieto, S.A. *	24,50
Nutriops, S.L. *	17,00
Hida Alimentación, S.A. *	16,70

\* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2017

el restante 10,7%. En el caso de los cultivos en tierras arables, los más importantes son los cereales para la producción de grano (44% del total). A continuación aparecen los barbechos (34,3%), las legumbres secas y proteaginosas para la producción de grano (6,5%), las plantas cosechadas en verde para alimentación animal (5,9%), las hortalizas frescas





y fresas (4,4%), los cultivos industriales (4,3%), otros cultivos de tierras arables (0,4%) y los tubérculos y raíces (0,2%). En la ganadería ecológica están registradas más de 7.790 explotaciones ganaderas, un 0,6% menos que en el ejercicio anterior. Andalucía acapara el mayor número de explotaciones ganaderas ecológicas, con el 60,7% del total, seguida por Cataluña (11,9%), Asturias (3,9%), Castilla-La Mancha y Extremadura, con cuotas respectivas en torno al 3,8%, Baleares (3,7%), Galicia (3,4%), Cantabria (1,7%), Canarias (1,6%), Navarra (1,4%), País Vasco (1,3%), Castilla y León (1,1%), Aragón y Comunidad Valenciana (0,5% en cada caso), Madrid (0,3%), La Rioja (0,1%) y Murcia, con menos del 0,1%. Por orientaciones productivas, las más importantes son las explotaciones bovinas (47,7% del total), seguidas por las de ovino (26,8%), caprino (9,2%), équidos (6,1%), aves de corral (4,9%), apicultura (3,3%), porcino (1,8%) y otra ganadería (0,1%). La cabaña ganadera ecológica está compuesta por 197.850 bóvidos de carne y 9.270 de leche, 564.840 ovinos de carne y 26.060 de leche, 444.800 gallinas de puesta, 362.900 pollos de carne, 22.400 de otras aves, 38.100 caprinos de carne y 33.640 de leche, 6.190 équidos, 9.940 cerdos, 1.510 conejos y 73.880 colmenas. La producción de carne ecológica de vacuno es de más de 16.640 toneladas, a las que hay que añadir 7.100 toneladas de carne de ovino, 1.240 toneladas de carne de aves, 730 toneladas de carne de porcino, 390 toneladas de carne de équidos y 310 toneladas de carne de caprino. Otras producciones significativas son las casi 28.500 toneladas de leche cruda ecológica (el 65,5% de leche de vaca), 1.500 toneladas de leches acidificadas, 560 toneladas de quesos ecológicos, más de 76,1 millones de huevos ecológicos y 900 toneladas de miel ecológica. La acuicultura ecológica produce casi 4.400 toneladas. Los esturiones suponen el 41,2% de la producción total. A continuación aparecen los mejillones (39,7%), las plantas acuáticas (12%) y las truchas arco iris (7,1%). ○

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el año 2017 se encontraban registrados algo más de 37.710 productores agrarios ecológicos, de los que el 32.630 eran productores agrícolas, algo menos de 1.750 ganaderos y los restantes 3.330 productores mixtos agrícolas y ganaderos. Además, había algo más de 1.520 comercializadores. El 73,7% estaba compuesto por mayoristas, el 23,8% por minoristas y el restante 2,9% por otros operadores. También aparecían en los registros de la agricultura ecológica casi 4.300 elaboradores y transformadores, 263 importadores y 137 exportadores. Por último las entidades de producción acuícola ecológica eran 53. Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales eran algo más de 6.660. El grupo más importante era el de las industrias de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, ya que representan el 35,8% del total. A continuación aparecen las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (20,9%), las de elaboración de bebidas (17%), las de elaboración de aceites y grasas vegetales (13,5%), las de elaboración de productos de panadería y farináceos (9,1%), las de fabricación de piensos (2,5%) y las de fabricación de productos de molienda, almidones y productos amiláceos (1,3%). Además, se encontraban en actividad unas 1.150 empresas ecológicas relacionadas con las producciones animales. Las más numerosas eran las de elaboración de otros productos de origen animal (40,9% del total), seguidas por las de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos (39,4%), las de elaboración de productos lácteos (13,5%), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (5,3%) y las de elaboración de aceites y grasas animales (0,9%). Un 29,3% de todas las industrias ecológicas están en Andalucía, seguida por Comunidad Valenciana (16,6%), Cataluña (14,9%), Castilla-La Mancha (11,2%), Murcia (5,1%), Castilla y León (3,7%), Galicia (2,9%), Baleares (2,5%), Canarias (2,4%), Aragón (2,1%) y País Vasco (2%). ○



## ANDALUCÍA



En Andalucía hay casi 974.400 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 86,9% está calificado, el 9,6% aparece en conversión y el 4,5% se encuentra en su primer

año de prácticas. Los cultivos en tierras arables ocupan 148.075 hectáreas y los cultivos permanentes otras 169.120 hectáreas. Entre los primeros destacan los cereales (66.635 has), mientras que entre los segundos el más importante es el olivar (75.140 has). En Andalucía hay 11.190 productores agrícolas ecológicos, 1.170 ganaderos y 1.420 mixtos. Además, están activas dos entidades de producción acuícola ecológica, 698 elaboradores, 233 comercializadores ecológicos, 49 importadores y 50 exportadores. En la ganadería ecológica hay 2.290 explotaciones de bóvidos de carne (108.330 cabezas), 1.440 explotaciones de ovino de carne (375.020 cabezas) y 30 de ovino de leche (5.710 cabezas), 61 explotaciones de porcino (1.720 cabezas), 333 de caprino de carne (20.290 cabezas) y 117 de caprino de leche (19.250 cabezas), además de 261 de équidos y 73 de apicultura. Las industrias ecológicas relacionadas con producciones vegetales son 1.915, de las que 872 se dedican a la manipulación y envasado de frutas y hortalizas y 394 a la elaboración de aceite. Las industrias ecológicas vinculadas a la producción animal son 326 entre las que destacan 112 dedicadas a la producción y conservación de carnes y productos cárnicos. La producción acuícola ecológica es de 1.740 toneladas de esturión. ○

## ARAGÓN



La superficie aragonesa en agricultura ecológica es de 56.885 hectáreas, de las que el 83,5% está calificado, el 9,8% en conversión y el restante 6,7% en su primer año de prácticas. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extienden por 39.160 has y los permanentes por otras 7.990 has.

Entre los primeros destacan los cereales (19.220 has) y en los segundos el olivar (3.250 has). Se encuentran en actividad 699 productores agrícolas eco-

lógicos, 6 ganaderos y 36 mixtos. Además, hay 105 elaboradores y 16 comercializadores ecológicos. En la ganadería ecológica están activas 41 explotaciones, de las que 20 son de ovino de carne (11.880 cabezas), 7 de vacuno de carne (1.220 cabezas), 3 de caprino de carne (1.400 cabezas), 3 de porcino (1.315 cabezas), y 6 de gallinas de puesta (11.750 animales). Las industrias ecológicas de Aragón relacionadas con las producciones vegetales son 138, entre las que destacan las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (46), las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (34) y las de elaboración de bebidas (26). Además, hay otras 25 industrias ecológicas vinculadas con las producciones animales, de las que 10 se dedican a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos y 14 a la elaboración de otros productos de origen animal. ○

## ASTURIAS



En Asturias la superficie total de agricultura ecológica es de algo más de 12.755 hectáreas, de las que el 84,5% está calificado, el 6,6% en conversión y el restante 8,9% en su primer año de prácticas. La mayoría de la superficie ecológica está ocupada por pastos. En tierras arables destacan 26 has de cereales y en cultivos perma-

nes casi 200 has de manzanos. Hay 171 productores agrícolas ecológicos y 236 mixtos. Además, se encuentran en actividad 2 entidades de producción acuícola, 91 elaboradores, 1 importador y 172 comercializadores. En Asturias existen 296 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 175 son de vacuno de carne (9.920 cabezas) y 35 de vacuno de leche (2.080 cabezas), 32 de ovino de carne (2.250 cabezas), 20 de caprino de carne (1.645 cabezas), 15 de équidos (203 cabezas) y 15 de apicultura (2.150 colmenas). Aparecen inscritas 60 industrias vinculadas con las producciones vegetales ecológicas, de las que 20 son de manipulación y conservas de frutas y hortalizas, 14 son de elaboración de productos de panadería y 12 de bebidas. Aparte de éstas, hay 39 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacan 19 de elaboración y conservación de productos cárnicos, 13 de otros productos de origen animal y 4 de productos lácteos. Se producen 58 toneladas de plantas acuáticas ecológicas. ○

## ISLAS BALEARES



En Baleares hay 32.350 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 85% está calificado, el 9,6% en conversión y el restante 5,4% en su primer año de prácticas. Entre los cultivos ecológicos destacan los cereales (3.560 has) y los frutos secos (3.380 has). Hay 394 productores agrícolas ecológicos, 2 ganaderos y 265 mixtos. Además, están registrados 69 elaboradores,

1 importador y 81 comercializadores. Por lo que hace referencia a las explotaciones ganaderas ecológicas hay 284, entre las que destacan 132 dedicadas al ovino de carne (14.870 cabezas), 42 al bovino de carne (240 cabezas), 30 al porcino (840 cabezas), 35 a la producción de huevos (5.155 gallinas) y 12 al caprino de carne (260 cabezas). Las industrias ecológicas baleares vinculadas a la producción vegetal son 150. Los grupos más importantes son los de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (37), elaboración de aceites y grasas vegetales (35) y elaboración de bebidas (29). También están activas otras 39 industrias ecológicas relacionadas con las producciones animales, de las que 19 están dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos, 12 a la elaboración de productos lácteos y 8 a otros productos de origen animal. ○

## CANARIAS



La superficie de agricultura ecológica en las islas Canarias es de 6.610 hectáreas, de las que el 93,1% está calificado, el 5,4% en conversión y el restante 1,5% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan las casi 510 has de plataneras y subtropicales, 380 has de viñedos y 223 has de hortalizas. En esta comunidad están

activos 1.135 productores agrícolas ecológicos, 5 ganaderos, 62 mixtos, 80 elaboradores, 1 importador y 65 comercializadores. Además, hay 120 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 45 de producción de huevos (6.050 gallinas y 1,3 millones de huevos), 18 de ovino de leche (1.460 cabe-

zas), 17 al caprino de leche (360 cabezas) y 19 a la apicultura. Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales son 151, entre las que destacan 67 que trabajan con frutas y hortalizas frescas, 35 dedicadas a la elaboración de bebidas y 26 a la elaboración de otros productos. Además, hay otras 29 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 19 se dedican a diferentes productos alimenticios de origen animal, básicamente a manipulación y envasado de huevos, 6 a carnes y productos cárnicos y 4 a productos lácteos. ○

## CANTABRIA



En Cantabria hay 3.170 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 97,6% está ya calificado, el 1,2% en conversión y el restante 1,2% en su primer año de prácticas. La mayor parte de esa superficie es de prados y pastos permanentes, pero destacan 80 hectáreas de bayas cultivadas. Se encuentran en actividad 72 productores agrícolas ecológicos, 106 ganaderos y 17 mixtos,

46 elaboradores, 4 importadores, 1 exportador y 3 comercializadores. Aparecen registradas 134 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 62 de vacuno de carne (4.300 cabezas) y 20 de vacuno de leche (1.360 cabezas), 32 de équidos (716 cabezas), 7 de ovino de carne (375 cabezas), 7 de huevos (3.750 gallinas) y 6 de apicultura (850 colmenas). Hay 28 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 28 con las animales. Entre las primeras destacan las de panadería (12), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (8) y las de elaboración de bebidas (4), mientras que entre las segundas las más numerosas son las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (9), las de otros productos alimenticios (9) y las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (6). ○

## CASTILLA-LA MANCHA

La superficie castellano manchega dedicada a la agricultura ecológica es de casi 372.400 hectáreas, de las que el 70,9%





está calificado, el 23% en conversión y el 6,1% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los cereales (76.680 has), el olivar (64.445 has) y los viñedos (56.700 has). En esta comunidad hay 6.992 productores agrícolas ecológicos, 25 ganaderos y 196 mixtos. Además, están activos 1 entidad de producción acuícola ecológica, 385 elaboradores, 4 importadores, 1 exportador y 55 comercializadores. Están registradas 294 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 89 de vacuno de carne (6.225 cabezas), 76 de ovino de carne (42.700 cabezas), 43 de caprino de carne (7.080 cabezas) y 16 de caprino de leche (2.985 cabezas). Hay 779 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 73 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (201), manipulación de frutas y hortalizas (181) y elaboración de aceites (156). En las segundas destacan las de otros productos alimenticios (42), de elaboración y conservación de productos cárnicos (13) y las lácteas (12). Se producen 13,1 toneladas de truchas ecológicas. ○

#### CASTILLA Y LEÓN



En Castilla y León hay 42.660 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 62,7% está calificado, el 22,4% en conversión y el restante 14,9% en su primer año de prácticas. Los cultivos con mayores extensiones de producción ecológica son los de cereales (8.650 has), frutos secos (5.200 has), legumbres secas (4.360 has), viñedos (4.020 has) y

cultivos industriales (2.410 has). Hay 635 productores agrícolas ecológicos, 26 ganaderos y 51 mixtos. Además, están

activos 137 elaboradores ecológicos y 20 comercializadores. En los registros están inscritas 83 explotaciones ganaderas, entre las que destacan las 18 de vacuno de carne (1.630 cabezas), 22 de apicultura (13.300 colmenas), 15 de huevos (10.000 gallinas), 6 de caprino de leche (2.050 cabezas) y 6 de ovino de leche (4.240 cabezas). Hay 217 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 64 a las animales. Dentro de las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (92), seguidas por las de manipulación de frutas y hortalizas (44) y las de otros productos alimenticios (43). Entre las segundas las más numerosas son las de otros productos cárnicos (35), elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (18) y las lácteas (9). ○

#### CATALUÑA



La superficie catalana de agricultura ecológica es de 200.750 hectáreas, con un incremento interanual del 16,8%. Un 73,3% está calificado, un 13,1% en conversión y un 13,6% en su primer año de prácticas. Destacan los cultivos de viñedos (14.880 has), olivar (8.430 has), cereales (5.740 has), y frutos secos (2.600 has). Hay en esta comunidad autónoma 2.027 productores agrícolas ecológicos, 15 ganaderos y 639 mixtos. Además, se encuentran en actividad 1.118 elaboradores, 98 importadores, 36 exportadores y 395 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son 913 entre las que destacan 475 de vacuno de carne (39.900 cabezas), 114 de ovino de carne (46.000 cabezas), 86 de caprino de carne (5.590 cabezas), 93 de équidos (2.690 cabezas), 57 de huevos (105.940 gallinas) y 31 de pollos de carne (83.650 animales). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 912, a las que hay que añadir otras 228 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras sobresalen las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (228), elaboración de bebidas (218) y de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (207). En las segundas hay 135 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos y 66 dedicadas a elaboración de otros productos de origen animal. ○



## COMUNIDAD DE MADRID



En la comunidad de Madrid están registradas 10.065 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 92,9% se encuentra calificado, el 4,4% en conversión y el restante 2,7% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son el olivar (3.545 has), los cereales (520 has), los viñedos (500 has) y las legumbres secas (180 has). Los productores

ecológicos agrícolas madrileños son 251, a los que hay que añadir 20 ganaderos, 104 elaboradores, 25 importadores y 10 comercializadores. Se encuentran registradas 21 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 12 son de vacuno de carne (1.260 cabezas), 4 de apicultura (823 colmenas) y 2 de vacuno de leche (800 cabezas). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 126, mientras que otras 27 están vinculadas a las producciones animales. Entre las primeras destacan 40 de panadería y farináceos, 35 de elaboración de otros productos de origen vegetal, 25 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 11 de bebidas y otras 11 de elaboración de aceites. Dentro de las segundas hay 14 de elaboración de otros productos de origen animal, 10 de elaboración y conservación de otros productos cárnicos y 3 lácteas. ○

## COMUNIDAD VALENCIANA



Las tierras de agricultura ecológica en la Comunidad Valenciana llegan hasta las 96.480 hectáreas, de las que el 82,7% está ya calificado, el 12,7% en conversión y el restante 4,6% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos por extensión son los viñedos (11.010 has), los frutos secos, sobre todo almendras (8.230 has), el olivar (4.300 has) y los cereales (3.620 has). Hay 2.094 productores agrícolas ecológicos, 15 ganaderos y 16 mixtos, además de 2 entidades de acuicultura ecológica, 545

elaboradores, 56 importadores, 46 exportadores y 239 comercializadores. En esta comunidad autónoma están en actividad 37 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 12 son de vacuno de carne (1.310 cabezas), 10 de producción de huevos (22.130 gallinas), 4 de ovino de carne (455 cabezas) y 3 de apicultura (1.060 colmenas). Por lo que hace referencia a las industrias ecológicas aparecen 1.201 vinculadas a producciones vegetales y 70 a producciones animales. Entre las primeras las más numerosas son las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (482), las de otros productos alimenticios (431), las de elaboración de bebidas (135), las de aceite (82) y las de panificación (56). Dentro del segundo grupo aparecen 38 de otros productos alimenticios de origen animal y 27 de elaboración de carne y productos cárnicos. ○

elaboradores, 56 importadores, 46 exportadores y 239 comercializadores. En esta comunidad autónoma están en actividad 37 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 12 son de vacuno de carne (1.310 cabezas), 10 de producción de huevos (22.130 gallinas), 4 de ovino de carne (455 cabezas) y 3 de apicultura (1.060 colmenas). Por lo que hace referencia a las industrias ecológicas aparecen 1.201 vinculadas a producciones vegetales y 70 a producciones animales. Entre las primeras las más numerosas son las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (482), las de otros productos alimenticios (431), las de elaboración de bebidas (135), las de aceite (82) y las de panificación (56). Dentro del segundo grupo aparecen 38 de otros productos alimenticios de origen animal y 27 de elaboración de carne y productos cárnicos. ○

## EXTREMADURA



La superficie extremeña en agricultura ecológica es de 94.520 hectáreas, de las que el 71,4% está calificado, el 6,4% en conversión y el restante 22,2% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacan el olivar (29.580 has), los cereales (2.520 has), los viñedos (1.520 has) y los frutos secos (1.330 has). En

esta comunidad hay 2.662 productores agrícolas ecológicos, 2 ganaderos y 203 mixtos. Se encuentran también en actividad 100 elaboradores y 53 comercializadores. En los registros aparecen inscritas 291 explotaciones ganaderas ecológicas entre las que destacan 145 de vacuno de carne (14.730 cabezas), 98 de ovino de carne (62.970 cabezas), 14 de caprino de carne (210 cabezas), 12 de équidos (59 cabezas) y 9 de porcino (660 cabezas). Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales son 114, a las que se añaden otras 15 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras destacan las de elaboración de aceites (44), las de manipulación de frutas y hortalizas (44) y las de elaboración de bebidas (14). Entre las segundas hay 9 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos, 4 de elaboración de otros productos alimenticios de origen animal y 2 lácteas. ○

## GALICIA



La superficie gallega en agricultura ecológica llega a las 31.915 hectáreas, de las que el 71,8% está calificado, el 22,7% en conversión y el restante 5,5% en su primer año de prácticas. El principal cultivo ecológico son los frutos secos, sobre todo castañas (3.130 has). Se encuentran activos 360 productores agrícolas ecológicos, 308 ganaderos y 61

mixtos. Además, hay 43 entidades de producción acuícola, 193 elaboradores, 12 importadores, 3 exportadores y 27 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son 405, entre las que destacan 164 de vacuno de carne (5.965 cabezas), 95 de vacuno de leche (4.040 cabezas), 44 de apicultura (14.575 colmenas), 34 de ovino de carne (3.000 cabezas), 26 de aves de carne (252.290 pollos) y 18 de huevos (83.825 gallinas). Están activas 135 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales, entre las que sobresalen 34 de manipulación y conserva de frutas y hortalizas, 32 de bebidas, 29 de otros productos alimenticios y otras 27 de panadería. Además, hay 86 industrias ecológicas relacionadas con las producciones animales. Las más numerosas son las de elaboración y conservación de productos cárnicos (30) y las de pescados, crustáceos y moluscos (22). Las producciones acuícolas ecológicas son importantes y llegan a 1.685 toneladas de mejillones y 450 toneladas de plantas acuáticas. ○



## LA RIOJA



En la Rioja hay 4.900 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 88,8% está calificado, el 6% en conversión y el restante 5,2% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los viñedos (883 has), el olivar (710 has) y los frutos secos (700 has). En esta comunidad se encuentran registrados 245 productores agrícolas

ecológicos, 8 ganaderos y 2 mixtos, a los que hay que añadir 1 entidad de producción acuícola, 71 elaboradores y 11 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son 10, de las que 6 son de apicultura (1.960 colmenas), 2 de huevos (2.095 gallinas), 1 de porcino (740 cabezas) y otra de bóvidos de carne (35 cabezas). Hay 102 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales y otras 27 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (54), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (23) y las de elaboración de aceites (11). Dentro de las segundas hay 8 de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos y otras 8 de elaboración de otros productos de origen animal. Hay una pequeña producción acuícola ecológica de 290 toneladas de truchas arco iris. ○

## NAVARRA



En Navarra hay 57.310 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 81,4% está calificado, el 5,5% se encuentra en conversión y el restante 13,1% en su primer año de prácticas. Por cultivos, destacan los cereales (4.020 has), los viñedos (1.070 has), el olivar (670 has), los frutos secos (250 has) y las

legumbres (245 has). En esta comunidad hay 422 productores agrícolas ecológicos, 5 ganaderos y 70 mixtos. Además, operan 1 entidad de producción acuícola, 114 elaboradores, 1 importador y 17 comercializadores. Las

explotaciones ganaderas ecológicas son 108, entre las que hay 39 de équidos (750 cabezas), 18 de ovino de carne (1.900 cabezas), 15 de vacuno de carne (1.400 cabezas), 12 de huevos (14.420 gallinas) y 7 de caprino de carne (570 cabezas). Las industrias ecológicas relacionadas con producciones vegetales son 115, mientras que otras 35 se vinculan con producciones animales. Dentro del primer grupo hay 42 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 28 de elaboración de bebidas y 18 de panadería. Entre las segundas aparecen las de otros productos de origen animal (14) y las de elaboración de productos cárnicos (12). Hay una pequeña producción de 5 toneladas de esturión en acuicultura ecológica. ○

## PAÍS VASCO



La superficie de agricultura ecológica en el País Vasco llega a las 4.245 hectáreas, de las que el 68,3% está calificado, el 10% en conversión y el restante 21,7% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos vascos son los viñedos (520 has), los cereales (484 has), plantas para alimentación animal (410 has), los frutales (210 has) y las



hortalizas (205 has). Se encuentran activos 333 productores agrícolas ecológicos, 33 ganaderos y 57 mixtos. Además, hay 185 elaboradores, 7 importadores y 60 comercializadores. Las explotaciones ganaderas ecológicas son 102, entre las que sobresalen 29 de vacuno de carne (1.215 cabezas), 17 de ovino de carne (885 cabezas), 15 de producción de huevos (23.000 gallinas), 11 de équidos (330 cabezas) y 8 de ovino de leche (1.610 cabezas). Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 139, mientras que otras 38 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras hay 44 de elaboración de bebidas, 39 de panadería, y 30 de manipulación de frutas y hortalizas. Dentro de las segundas destacan las de carnes y productos cárnicos (145), las de productos lácteos (12) y las de elaboración de productos pesqueros (9). ○

## REGIÓN DE MURCIA



La superficie murciana en agricultura ecológica llega a las 80.780 hectáreas, de las que el 86,5% está calificado, el 11% en conversión y el restante 2,5% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos en esta comunidad son los frutos secos (29.900 has), los cereales (14.180 has), los viñedos (12.250 has), el olivar (4.090 has), las hortalizas frescas (3.930 has) y los cítricos (2.340 has). Hay 2.953 productores agrícolas ecológicos, 3 ganaderos y 3 mixtos. A éstos hay que añadir 256 elaboradores, 4 importadores y 66 comercializadores. Hay 6 explotaciones ganaderas ecológicas, 2 de caprino de leche (2.320 cabezas), 1 de ovino de carne, 1 de producción de huevos, 1 de apicultura y 1 de otra ganadería. Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales son 380, mientras que otras 12 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación de frutas y hortalizas (223), las de elaboración de otros productos alimenticios (63), las de elaboración de bebidas (47), y las de aceites (28). Dentro de las segundas las más numerosas son las de elaboración de otros productos alimenticios (6) y las de elaboración de productos lácteos (3). ○







# INFORMACIÓN POR COMUNIDADES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2018





## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción de la Rama de Actividad Agraria en 2017 a precios básicos alcanzó en Andalucía un valor de 12.878 millones de euros, un 4,6% más que en 2016, según datos de la Junta de Andalucía. De este total, la Producción Final Vegetal (PFV) fue de 10.709 millones de euros (un 4,2% más que en 2016), mientras que la Producción Final Ganadera (PFG) alcanzó un valor de 1.868 millones de euros, un 8% más que un año antes (valores corrientes a precios básicos). Para los Consumos Intermedios, se estimó por su lado un aumento del valor del 1,6% respecto al valor del año 2016. Con estos datos, el valor de la Renta Agraria 2017 en Andalucía experimentó un crecimiento del 5,5% hasta llegar a los 9.726 millones de euros.

Dentro de la producción agrícola, el sector del aceite tuvo un comportamiento muy positivo en 2017 (para calcular la renta se utilizaron los datos de la campaña 2016/2017, no los de la 2017/2018), pues su valor registró una subida del 11,3% respecto al valor alcanzado un año antes (2.633,7 millones de euros). También se incrementó en 2017 el valor generado por el sector de las hortalizas y las flores (creció un 4,4% hasta los 4.031 millones de euros), las frutas tropicales (34% cuando un año antes había crecido un 27% también), las uvas (17,8%) y el vino (36,9%). También subieron en valor el sector de las proteaginosas y el de las plantas industriales (oleaginosas, remolacha, tabaco, etc.). Por el contrario, en 2017 se redujo el valor generado por las frutas frescas (6,2% hasta los 2.881 millones de euros) y el de la patata (20,2% hasta los 83,5 millones de euros). Respecto al sector ganadero, en general, el buen comportamiento de este subsector durante 2017 se debió a la subida de los precios en todas las partidas, pues las producciones se mantuvieron más o menos estables. La producción animal (carne, leche y huevos principalmente) representó en 2017 el 14% de toda la PFA.

La producción de leche de cabra se elevó a 176.200 toneladas y la de leche de vaca a 547.000 toneladas, el 7,8% del total nacional. El 90% de esta leche se entregó a industrias lácteas de la región.

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias de Andalucía representaron en 2017 el 23,3% del total nacional, con un valor total de 10.988 millones de euros, un 9% más que en el año anterior.



*Las principales producciones acuícolas andaluzas son las de lubinas (4.900 toneladas), doradas (1.610 toneladas), mejillón, lenguado senegalés y atún rojo*

### PESCA

La flota pesquera de Andalucía está formada por 1.486 embarcaciones (casi el 16% del total nacional), con un arqueo de 35.756 GT, una potencia de casi 1,1 millones de CV y una eslora promedio de casi 12 metros. La antigüedad media de todos estos buques es de 27 años. En el último año computado se capturaron más de 46.830 toneladas de peces (96,3 millones de euros), 10.670 toneladas de moluscos (38,3 millones de euros) y 1.860 toneladas de crustáceos (25,7 millones de euros). Además la acuicultura de engorde de esta comunidad produjo algo más de 10.670 toneladas, con un valor de 61 millones de euros. Por su parte, la acuicultura de pre-engorde llegó hasta casi 36 millones de ejemplares y los 5,6 millones de euros. Las principales producciones acuícolas andaluzas son las de lubinas (4.900 toneladas), doradas (1.610 toneladas), mejillón, lenguado senegalés y atún rojo. En esta comunidad autónoma hay 38 puertos pesqueros y 25 lonjas de primera venta. ●

**PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ANDALUCÍA**

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
TRIGO	1.129
CEBADA	251
MAÍZ	207
ARROZ CÁSCARA	364,5
GARBANZOS	29,1
GUISANTES SECOS	19,3
GIRASOL	405,7
REMOLACHA AZUCARERA	677,3
SANDÍAS	659
MELONES	147,3
FRESAS-FRESONES	350,6
MANZANAS MESA	8,9
NECTARINA	55,3
CEREZAS	5,8
MELOCOTONES	55,8
CIRUELAS	34
UVAS DE MESA	15
AGUACATE	88
NARANJAS	1.641
MANDARINAS	360,8
LIMONES	117,4
ALMENDRAS CÁSCARA	58,7
PATATAS	262,3
TOMATES	2.302
LECHUGAS	293,6
PIMIENTOS	797,7
ALCACHOFAS	22,8
BERENJENAS	186,5
CALABACÍN	488,8
CEBOLLAS	155,5
PEPINOS	543,8
JUDÍAS VERDES	59
ZANAHORIAS	150,3
AJOS	60,3
ACEITE DE OLIVA	948
ACEITUNA DE MESA	442,4 (2017/2018)
VINOS Y MOSTOS	1050 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	529,5 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	2.611 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	2.215 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	1.106 (miles de cabezas)
CARNE DE AVES	326
LECHE DE CABRA	176,2
LECHE DE VACA	547

FUENTE: MAPA

**INDUSTRIA ALIMENTARIA**

En Andalucía hay unas 1.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 49.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 10.400 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 14.000 millones de euros.

La industria alimentaria de Andalucía representa el 3,5% del total nacional de empresas, el 13% de todas las personas ocupadas en este sector, el 15% de la compra de materias primas y el 14% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Andalucía son aceites y grasas, con cerca de un 40% del total, la industria cárnica, con un 12,5%, y preparación y conservación de frutas y hortalizas, con un 10% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias con el 28% del total, seguido a distancia de la industria cárnica (16%), aceites y grasas (13,5%), y preparación y conservación de frutas y hortalizas, con cerca del 13% del total. ○


**VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA (EN MILLONES DE EUROS)**

Total industria alimentaria	13.945
Industria cárnica	1.750
Industria del pescado	316
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	1.399
Aceites y grasas	5.269
Productos lácteos	523
Molinería y almidones	614
Panadería y pastas alimenticias	760
Azúcar, café, infusiones y confitería	260
Otros productos diversos	330
Productos alimentación animal	666
Vinos	369
Bebidas espirituosas	257
Otras bebidas alcohólicas	541
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	892

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población –8.405.000 habitantes, un 18,1% sobre el total nacional– y la segunda en superficie, con 87.591 km<sup>2</sup>, 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 12% a la media nacional.

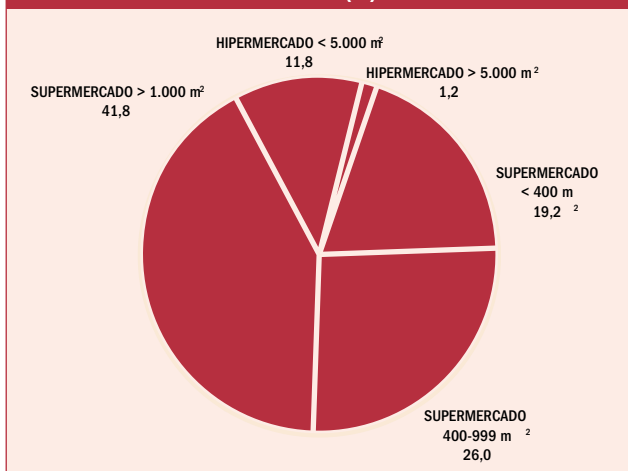
En Andalucía hay 110.232 locales comerciales minoristas y, de forma concreta, 22.418 especializados en la venta de alimen-

tación y bebida. Destaca Sevilla que tiene el 22,3% de estos locales; Málaga, el 20,3% y Cádiz, el 14,0%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.431 supermercados y 77 hipermercados. Estos 4.508 establecimientos ocupan 2.407.026 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 286,4 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 8.336 actividades para comercio en puestos y mercadillos, un 20,0% sobre el total nacional, lo que convierte a esta comunidad autónoma en la primera de España en cuanto a venta ambulante. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	110.232	22.418	2.694	1.006	731	77	8.336
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	19,2	20,0	23,1	16,9	18,5	15,9	20,0

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ANDALUCÍA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017 Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.301 euros (un 12,1% inferior a la media nacional). Carne (19,9%), pescado (12,9%), derivados lácteos (8,9%), frutas frescas (8,5%), hortalizas frescas (6,4%), pan (5,6%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

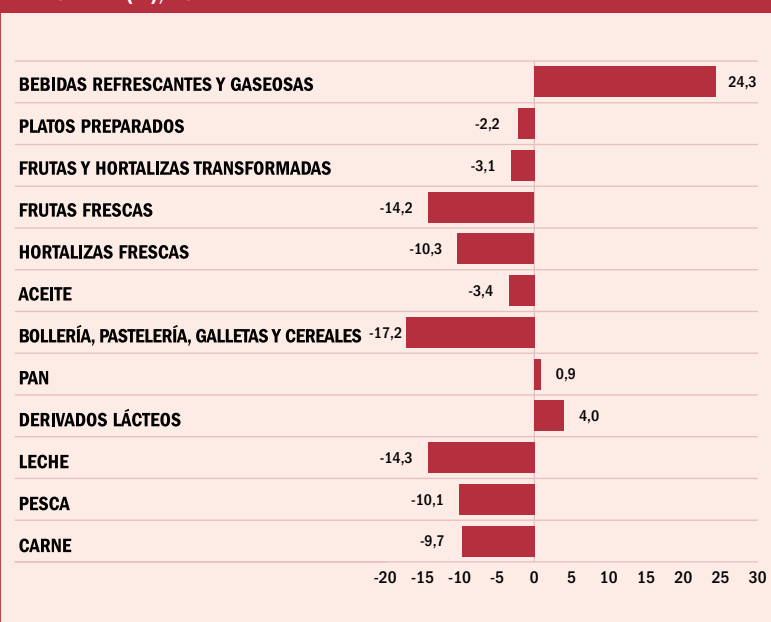




## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,5	1,3	-10,3
CARNE	258,5	19,9	-17,0
PESCA	167,9	12,9	-14,6
LECHE	40,7	3,1	-15,9
DERIVADOS LÁCTEOS	115,4	8,9	-5,8
PAN	73,2	5,6	-6,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	50,7	3,9	-16,7
CHOCOLATES Y CACAOS	22,1	1,7	-10,5
ACEITE	33,2	2,5	-5,7
VINO	17,9	1,4	-18,8
CERVEZAS	25,8	2,0	14,3
ZUMO Y NÉCTAR	9,3	0,7	-2,8
PATATAS	22,2	1,7	-4,8
HORTALIZAS FRESCAS	82,7	6,4	-15,9
FRUTAS FRESCAS	110,2	8,5	-18,2
FRUTOS SECOS	18,5	1,4	-15,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,6	2,0	-9,3
PLATOS PREPARADOS	55,3	4,3	-3,1
CAFÉS E INFUSIONES	21,1	1,6	-15,4
AGUA MINERAL	11,2	0,9	-12,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,5	3,0	15,1
OTROS PRODUCTOS	84,5	6,5	-10,6
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.301,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-12,1</b>

## DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (15,1%) y cervezas (14,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-18,8%), frutas frescas (-18,2%), carne (-17%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (-16,7%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Andalucía consumió 122 huevos, 43 kilos de carne, 21,3 kilos de pescado, 59,9 litros de leche, 36,6 kilos de derivados lácteos, 32,8 kilos de pan, 11,3 litros de aceite, 23,4 litros de cerveza, 49,7 kilos de hortalizas frescas, 79,4 kilos de frutas frescas, 13,5 kilos de platos preparados, 56,3 litros de agua embotellada y 51,6 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

### CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
10 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	13 kilos de frutas frescas
5 litros de cerveza	10 litros de leche
2 litro de batidos de leche	6 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carnes transformadas	5 kilos de carne
1 kilo de batidos de yogurt	5 litros de agua mineral
1 kilo de helados y tartas	3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales
1 kilo de margarina	2 kilos de pescado
1 litro de zumo y néctar	1 kilo de pastas alimenticias
1 kilo de salsas	1 kilo de platos preparados
1 kilo de especias y condimentos	1 litro de aceite de oliva
1 kilo de queso	1 kilo de legumbres
1 kilo de yogurt	1 litro de aceite de girasol

Tomando como referencia la media nacional, en Andalucía se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (24,3%), derivados lácteos (4%) y pan (0,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bollería, pastelería, galletas y cereales (-17,2%), leche (-14,3%), frutas frescas (-14,2%), hortalizas frescas (-10,3%) y pescado (-10,1%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 49.642 locales para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país –un 17,9%–; en su distribución destacan Málaga (25,3% del total regional), Sevilla (20,9%) y Cádiz (14,7%). 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	49.642	10.956	34.990	3.696	252.039
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	17,9	14,3	19,0	22,2	17,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## 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 GUADALFE ◊  
 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 MÁGIMA ◊

## 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 \*  
 PANELLETS  
 LECHE CERTIFICADA DE GRANJA  
 JAMÓN SERRANO \*\*

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE ANDALUCÍA

\* Denominación en tramitación \*\* Denominación compartida con otras CC AA  
 \*\*\*\* Protección Nacional Transitoria ◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA



Por segundo año consecutivo, en 2017 la Renta Agraria en Aragón creció. Según datos del Gobierno regional, la renta alcanzó un valor de 1.841 millones de euros, expresados en valores corrientes, lo que supuso un aumento del 4,8% respecto al valor de 2016.

Al contrario que en años anteriores y debido a la sequía y a la mala climatología, las producciones agrícolas tuvieron en general peores resultados que las ganaderas, que además siguen siendo la parte fundamental de la Producción Final Agraria (PFA).

En 2017, el 61% de la Producción Final Agraria (PFA) de Aragón procedió del sector ganadero; el 33% de la Producción Final Vegetal (PFV) y el resto del grupo de otros servicios y producciones.

El valor de la PFA fue de 4.055 millones de euros (un 5% más que en 2016), de los que 2.489 millones correspondieron a la Producción Final Ganadera (15% más que en 2016) y 1.371 millones a la PFV (un 9,2% menos).

Además, al igual que en el año precedente se observó también en 2017 un crecimiento importante del valor generado por los servicios y actividades del sector (195 millones de euros, más de un 5% por encima), al tiempo que las subvenciones disminuyeron ligeramente hasta los 380 millones de euros.

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ARAGÓN

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	641
CEBADA	1.309
MAÍZ	1081
ARROZ CÁSCARA	29,6
ALFALFA	4.293
GIRASOL	20,2
ALBARICOQUES	25
MANZANAS MESA	98,9
PERAS	63,5
CEREZAS	24,8
MELOCOTONES	301,5
ALMENDRAS CÁSCARA	51,8
PATATAS	16,8
TOMATES	55,1
PIMIENTOS	3,4
CEBOLLAS	102,5
NECTARINA	137,7
ACEITE DE OLIVA	18,3
VINOS Y MOSTOS	973 (miles de hl.)
CARNE DE CONEJO	4,1
CABAÑA BOVINA	371,3 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	7762 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	1.719 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	55,7 (miles de cabezas)
CARNE DE CONEJO	4,1
LECHE DE VACA	146,2

FUENTE: MAPA

El porcino, los cereales, el vacuno de carne, los frutales, las aves y los forrajes supusieron el 85% de la Producción Agraria Aragonesa, pues son los sectores que más aportaron.

Respecto a la ganadería, en 2017 se produjo un aumento los censos y también de la producción de carne, excepto en el ovino que se mantuvo con respecto al año anterior. El sector más representativo de la producción aragonesa es el porcino, que aporta el 65% de la producción final del subsector. En 2017 este subsector tuvo un buen comportamiento tanto a nivel de producción como de precios.



Aragón fue la región con mayor cabaña de porcino de España (el 26% del total), pero no lideró la producción de carne. Otras producciones importantes dentro de la ganadería aragonesa son el ovino, los huevos y la carne de conejo.

En cuanto a la agricultura, en 2017 el cereal tuvo un mal comportamiento debido a los efectos de la sequía. En casi todos los cultivos hubo pérdidas relevantes para los agricultores y en el caso de la fruta dulce, además de la menor producción se sufrió una caída de los precios motivada por el veto a exportar a Rusia.

Aunque en general todos los cultivos se vieron perjudicados por la falta de agua, en algunos como el viñedo la campaña fue normal. En Aragón se produjeron 137 millones de litros en 2017. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por las denominaciones de origen. Respecto al comercio exterior agroalimentario, en 2017 se batió un nuevo récord de ventas en Aragón, con una facturación que superó los 1.200 millones de euros, un 21% más que en el año anterior. ●

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Aragón hay cerca de 600 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 10.600 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 2.800 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 3.800 millones de euros.

La industria alimentaria de Aragón representa el 2,1% del total nacional de empresas, el 2,9% de todas las personas ocupadas en este sector, el 4,1% de la compra de materias primas y el 3,8% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Aragón son industrias cárnicas, con cerca de un 35% del total, los productos de alimentación animal, con un 26,8%, y molinería y almidones, con un 10% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industria cárnica con el 26,2% del total, seguido del sector de pan, pastelería y pastas alimenticias (20,7%), productos de alimentación animal (10,6%), y vinos, con el 8,7% del total. ○



*Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Aragón son industrias cárnicas, con cerca de un 35% del total, los productos de alimentación animal, con un 26,8%, y molinería y almidones, con un 10% del total*

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	3.763
Industria cárnica	1.324
Industria del pescado	36
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	136
Aceites y Grasas	34
Productos lácteos	31
Molinería y almidones	375
Panadería y pastas alimenticias	226
Azúcar, café, infusiones y confitería	72
Otros productos diversos	159
Productos alimentación animal	1.007
Vinos	236
Otras bebidas alcohólicas	81
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	47

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Aragón cuenta con 1.316.000 habitantes y 47.703 km<sup>2</sup> de extensión, casi un 3% de la población y cerca del 9,5% del territorio sobre el total nacional. Zaragoza concentra el 73% de los habitantes de la región. El poder de compra de los aragoneses, en función del gasto medio por persona, es superior a la media nacional en un 2,4%.

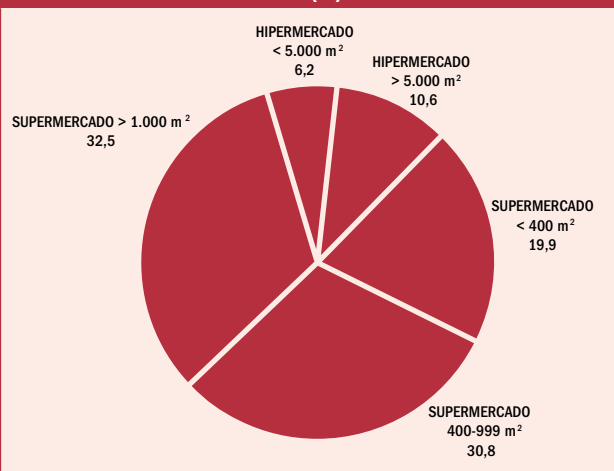
En esta comunidad autónoma hay 3.207 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Zaragoza tiene un 68,8% de los locales; Huesca, un 18,8%; y Teruel, un 12,4%. En el conjunto de la comunidad hay instalados 19 hipermercados –un 3,9% del total nacional– mientras que los supermercados suman 704, un 3,2% sobre el total nacional. Los establecimientos de libre servicio ocupan 373.878 m<sup>2</sup> y la densidad comercial alcanza los 284,2 m<sup>2</sup> 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 <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	15.220	3.207	418	180	87	19	700
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,7	2,9	3,6	3,0	2,2	3,9	1,7



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ARAGÓN (%)



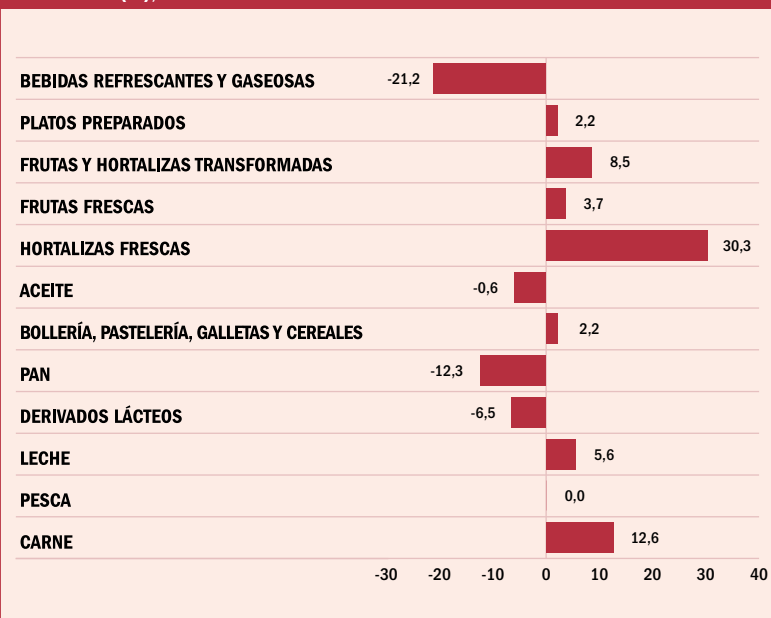
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017 Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.549,7 euros (un 4,7% superior a la media nacional). Carne (22,5%), pescado (12,6%), frutas frescas (8,8%), hortalizas frescas (8,4%), derivados lácteos (7,5%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,9	1,3	8,4
CARNE	348,0	22,5	11,7
PESCA	195,3	12,6	-0,7
LECHE	52,1	3,4	7,6
DERIVADOS LÁCTEOS	115,6	7,5	-5,7
PAN	69,7	4,5	-10,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	61,0	3,9	0,2
CHOCOLATES Y CACAOS	27,3	1,8	10,7
ACEITE	31,4	2,0	-10,8
VINO	19,9	1,3	-9,6
CERVEZAS	20,0	1,3	-11,4
ZUMO Y NÉCTAR	10,1	0,7	6,0
PATATAS	22,9	1,5	-1,8
HORTALIZAS FRESCAS	130,2	8,4	32,4
FRUTAS FRESCAS	136,6	8,8	1,5
FRUTOS SECOS	26,8	1,7	21,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,5	2,0	8,3
PLATOS PREPARADOS	58,7	3,8	2,9
CAFÉS E INFUSIONES	23,9	1,5	-4,3
AGUA MINERAL	11,3	0,7	-11,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	30,6	2,0	-8,5
OTROS PRODUCTOS	107,8	7,0	14,1
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.549,7</b>	<b>100,0</b>	<b>4,7</b>

## DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
19 unidades de huevos	9 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
17 kilos de hortalizas frescas	4 kilos de pan
6 kilos de carne fresca	4 litros de cerveza
4 litros de leche	2 kilos de derivados lácteos
4 kilos de frutas frescas	2 litros de vino y derivados
3 kilos de aceitunas	1 litro de agua mineral
2 kilos de carne de pollo	1 kilo de carne congelada
1 kilo de frutos secos	1 kilo de pescado fresco
1 kilo de frutas y hortalizas transformadas	1 litro de leche pasteurizada
1 kilo de platos preparados	1 litro de aceite de oliva
1 kilo de azúcar	1 kilo de salsas
1 litro de aceite de girasol	1 kilo de harinas y sémolas

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (32,4%), frutos secos (21,7%), carne (11,7%) y chocolates y cacao (10,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-11,4%), aceite (-10,8%), pan (-10,8%) y vino (-10,7%).

En términos medios, durante el año 2016 cada persona en Aragón consumió 152 huevos, 53,6 kilos de carne, 23,7 kilos de pescado, 73,8 litros de leche, 32,9 kilos de derivados lácteos, 28,5 kilos de pan, 11 litros de aceite, 14,6 litros de

cerveza, 72,2 kilos de hortalizas frescas, 95,9 kilos de frutas frescas, 14,1 kilos de platos preparados, 60,3 litros de agua embotellada y 32,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en Aragón se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (30,3%), carne (12,6%), frutas y hortalizas transformadas (8,5%), leche (5,6%) y frutas frescas (3,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-21,2%), pan (-12,3%), derivados lácteos (-6,5%) y aceite (-6%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 7.516 –un 2,7% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 67,9% para Zaragoza, un 19,8% para Huesca y un 12,3% 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	7.516	1.820	5.408	288	37.838
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,7	2,4	2,9	1,7	2,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## VINOS

CALATAYUD <sup>◊</sup>  
 CAMPO DE BORJA <sup>◊</sup>  
 CARIÑENA <sup>◊</sup>  
 SOMONTANO <sup>◊</sup>  
 CAVA <sup>\*\*/◊</sup>  
 AYLÉS <sup>◊</sup>

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## JAMONES

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL <sup>◊</sup>

## FRUTAS

MELOCOTÓN DE CALANDA <sup>◊</sup>

## ACEITES

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN <sup>◊</sup>  
 ACEITE SIERRA DEL MONCAYO <sup>◊</sup>

## HORTALIZAS

CEBOLLA FUENTES DE EBRO <sup>◊</sup>

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

CARNE DE ÁVILA <sup>\*\*/◊</sup>  
 TERNASCO DE ARAGÓN <sup>◊</sup>

## HORTALIZAS

ESPÁRRAGO DE NAVARRA <sup>\*\*/◊</sup>

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO <sup>\*\*/◊</sup>

## 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

## ARROZES

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 <sup>◊</sup>  
 BAJO ARAGÓN <sup>◊</sup>  
 VALDEJALÓN <sup>◊</sup>  
 RIBERA DEL JILOCA <sup>◊</sup>  
 RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS <sup>◊</sup>  
 RIBERA DEL QUEILES <sup>\*\*/◊</sup>

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC AA

◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) asturiana ascendió en 2017 a cerca de 590 millones de euros, de los que 390 millones de euros correspondieron a la Producción Final Ganadera (PFG) y 135 millones de euros a la Producción Final Vegetal (PFV). El resto (unos 65 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.

El peso económico del sector ganadero en la PFA asturiana sigue siendo muy superior al agrícola, aunque en los últimos años se había producido un acercamiento de ambos valores. 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 199 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional.

Al contrario que en el año precedente, 2017 se saldó de forma muy positiva gracias al buen comportamiento de los precios en el sector cárnico (especialmente en el vacuno) y en el lácteo, que sin embargo sufrió una reducción de la producción.

En concreto, la producción de leche del Principado se redujo en unas 2.000 toneladas hasta las 559.654 toneladas ajustadas a materia grasa. El 87% de esta leche producida se entregó en industrias de la misma región y el resto en otras. Asimismo, la producción de leche supuso en 2017 el 8% del total nacional.

Respecto a los censos ganaderos, al acabar el año había en el Principado 392.800 cabezas de ganado bovino, cifra ligeramente inferior a la que había un año antes. El censo de ovino (46.000 cabezas, incluidas las ovejas para leche) también fue menor, pero el de caprino se mantuvo (31.000 cabezas). En cuanto a la agricultura, las producciones se vieron afectadas por la escasez de agua. La pomarada o cosecha de manzana de sidra fue mejor que la del año pasado (se produjeron más de 16.000 toneladas). Igualmente, la producción de kiwi aumentó de nuevo hasta las 3.300 toneladas, mientras que la de patata se mantuvo en niveles similares a la de 2016.

Sin embargo, la testimonial cosecha de vino de Asturias fue inferior a la del año precedente. En total, se produjeron 800 hectolitros en el año, menos de la mitad que en 2016. La gran parte de este volumen fue amparado por una marca de calidad diferenciada.

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ASTURIAS

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2017
ALUBIAS (FABES)	0,6
KIWI	3,3
MAÍZ	1
MANZANA DE MESA	1,9
MANZANA DE SIDRA	16
PATATAS	12,5
MAÍZ FORRAJERO	365
VINOS Y MOSTOS	0,8 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	392,8 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	9,5 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	46 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	31 (miles de cabezas)
LECHE DE VACA	560

FUENTE: MAPA



## PESCA

En Asturias forman la flota pesquera 262 embarcaciones (2,8% del total español), con un arqueo de más de 4.770 GT, una potencia de 21.300 CV y una eslora promedio de 10,8 metros. La antigüedad media de esos barcos es de 20 años. La mayor parte de la flota asturiana (70%) faena con artes menores, en embarcaciones de pequeño porte, con 2,3 personas de tripulación media. Durante 2017 las descargas en las lonjas asturianas llegaron hasta las 23.190 toneladas, por un valor de casi 64,5 millones de euros. Las principales es-



***Durante 2017 las descargas en las lonjas asturianas llegaron hasta las 23.190 toneladas, por un valor de casi 64,5 millones de euros***

pecies capturadas fueron las de merluza (5.330 toneladas y 21,9 millones de euros), caballa (8.860 toneladas y 9,2 millones de euros) y bonito (1.520 toneladas y 6,7 millones de euros). Las producciones acuícolas se concentran en la trucha arco iris, con una pequeña producción de rodaballo y ostras y algunas nuevas producciones de otros moluscos y cultivos piloto de algas. En Asturias hay 25 puertos pesqueros y 18 lonjas de primera venta. ●

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Asturias hay unas 500 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 7.100 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 1.100 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 1.650 millones de euros.

La industria alimentaria del Principado de Asturias representa el 1,7% del total nacional de empresas, el 2% de todas las personas ocupadas en este sector, el 1,6% de la compra de materias primas y el 1,7% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Asturias son los productos lácteos, con una cifra muy próxima al 60% del total, azúcar, café, infusiones y confitería, con un 6,1%, y productos de alimentación animal, con un 5,7% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de productos lácteos con el 30,8% del total, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (24,2%), industria cárnica (11,9%), y azúcar, café, infusiones y confitería, con cerca del 8% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ASTURIAS (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	1.644
Industria cárnica	92
Industria del pescado	11
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	1
Productos lácteos	996
Panadería y pastas alimenticias	89
Azúcar, café, infusiones y confitería	100
Otros productos diversos	174
Productos alimentación animal	94
Bebidas espirituosas	2
Otras bebidas alcohólicas	64
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	14

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.



## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Asturias tiene 1.030.000 habitantes y 10.604 km<sup>2</sup> 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, superior a la media nacional en un 5,4%.

Asturias cuenta con 2.161 locales comerciales especializados en alimentación. Además, se contabilizan 453 supermercados y 12 hipermercados que alcanzan conjuntamente 385.450 m<sup>2</sup>. La densidad comercial para este conjunto de

establecimientos se sitúa en 374,2 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 560 actividades para la venta ambulante o en mercadillos, un 1,3% sobre el total nacional. ○

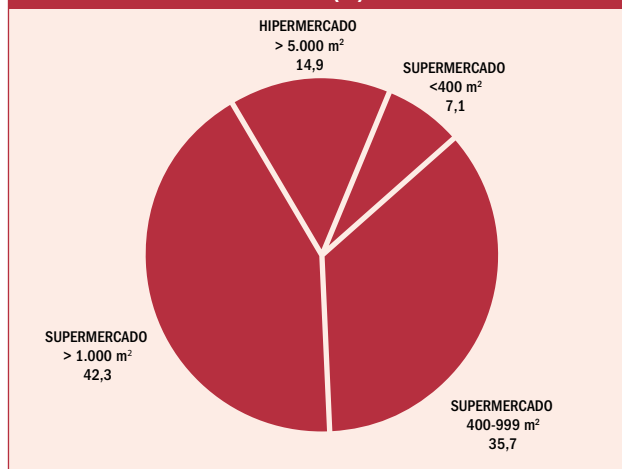


### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ASTURIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	12.472	2.161	127	214	112	12	560
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,2	1,9	1,1	3,6	2,8	2,5	1,3



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ASTURIAS (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

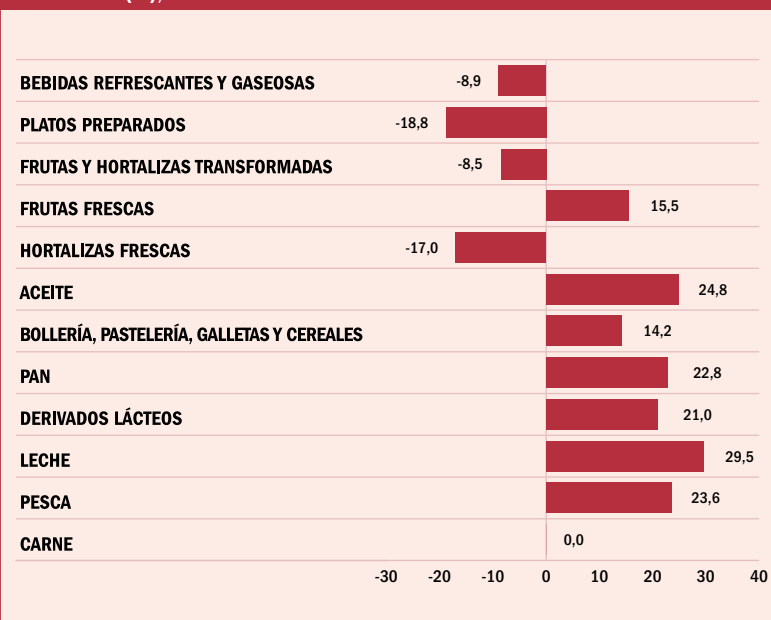
Durante el año 2017 Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.610,3 euros (un 8,8% superior a la media nacional). Carne (19,8%), pescado (14,8%), frutas frescas (10,1%), derivados lácteos (9,2%), pan (5,8%), hortalizas frescas (5,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	21,1	1,3	15,1
CARNE	318,4	19,8	2,2
PESCA	237,5	14,8	20,8
LECHE	62,5	3,9	29,1
DERIVADOS LÁCTEOS	148,0	9,2	20,8
PAN	93,6	5,8	19,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	68,9	4,3	13,2
CHOCOLATES Y CACAOS	32,2	2,0	30,9
ACEITE	43,9	2,7	24,8
VINO	32,6	2,0	48,2
CERVEZAS	14,3	0,9	-36,4
ZUMO Y NÉCTAR	7,4	0,5	-22,6
PATATAS	24,3	1,5	4,0
HORTALIZAS FRESCAS	83,9	5,2	-14,7
FRUTAS FRESCAS	163,4	10,1	21,4
FRUTOS SECOS	18,3	1,1	-16,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,9	1,8	2,5
PLATOS PREPARADOS	44,6	2,8	-21,8
CAFÉS E INFUSIONES	28,1	1,7	12,4
AGUA MINERAL	13,9	0,9	8,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	27,6	1,7	-17,5
OTROS PRODUCTOS	96,8	6,0	2,4
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.610,3</b>	<b>100,0</b>	<b>8,8</b>

## DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
20 litros de leche esterilizada	10 kilos de hortalizas frescas
20 litros de leche envasada	9 litros de cerveza
14 kilos de frutas frescas	7 litros de agua mineral
13 unidades de huevos	4 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
7 kilos de pan	3 kilos de platos preparados
7 kilos de derivados lácteos	2 litros de zumo y néctar
6 kilos de pescado	1 kilo de carne de pollo
4 litros de vino	1 kilo de carne congelada
4 kilos de yogurt	1 litro de batidos de leche
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de helados y tartas
2 kilos de azúcar	1 kilo de aceitunas
2 litros de aceite de oliva	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vinos (48,2%), chocolates y cacao (30,9%), leche (29,1%) y pescado (20,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-36,4%), zumo y néctar (-22,6%), platos preparados (-21,8%), y bebidas refrescantes y gaseosas (-17,5%). En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Asturias consumió 147 huevos, 47,6 kilos de carne, 29,3 kilos de pescado, 90,5 litros de leche, 42,6 kilos de derivados lácteos, 39,9 kilos de pan, 14,6 litros de aceite, 9,8 litros de cerveza, 46 kilos de hortalizas fres-

cas, 106,8 kilos de frutas frescas, 11,2 kilos de platos preparados, 54,7 litros de agua embotellada y 37,8 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 (29,5%), aceite (24,8%), pescado (23,6%), pan (22,8%) y derivados lácteos (21%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-18,8%), hortalizas frescas (-17%), bebidas refrescantes y gaseosas (-8,9%), y frutas y hortalizas transformadas (-8,5%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Por su parte, las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 7.056, lo que supone un 2,5% respecto del total nacional. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Asturias ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ○

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ASTURIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	7.056	1.375	5.450	231	24.070
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,5	1,8	3,0	1,4	1,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2017), INE (2017) y FEHR (2017).

**DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS**

**DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**

**QUESOS**

- CABRALES ◊
- AFUEGA'L PITU ◊
- GAMONEDO (GAMONÉU) ◊
- QUESO CASÍN ◊

**SIDRAS**

- SIDRA DE ASTURIAS ◊

**VINO**

- CANGAS ◊



**INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS**

**QUESOS**

- QUESO LOS BEYOS \*\*/◊

**CARNES**

- TERNERA ASTURIANA ◊

**EMBUTIDOS**

- CHOSCO DE TINEO ◊

**LEGUMBRES**

- FABA ASTURIANA ◊

**INDICACIONES GEOGRÁFICAS**

**BEBIDAS ESPIRITUOSAS**

- AGUARDIENTE DE SIDRA DE ASTURIAS ◊

**AGRICULTURA ECOLÓGICA**

**PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA**

- DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS (COPAE) ◊



\* Denominación en tramitación  
 \*\* Denominación compartida con otras CC AA  
 ◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Canarias en 2017 alcanzó un valor estimado de 885 millones de euros a precios corrientes, de los que del subsector agrícola (Producción Final Vegetal o PFV) aportó unos 650 millones de euros, mientras que la aportación del subsector ganadero (Producción Final Ganadera) se situaba en 157 millones de euros. El resto de la PFA procedió de otras producciones y servicios, que aportaron cerca de 78 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 540 millones de euros.

Dentro de la PFV, los sectores más importantes desde el punto de vista social y económico son las frutas (con el plátano a la cabeza y con mucha diferencia sobre el resto), las hortalizas (entre las que destaca el tomate), la patata o papa canaria y el viñedo. La producción de plátanos tuvo un saldo negativo (un 2% menos que en el año anterior, que fue muy bueno en producción), con cerca de 416.200 toneladas producidas. Canarias es el principal productor de plátanos de la Unión Europea y su cultivo ocupaba en 2017 unas 9.900 hectáreas.

Por su parte, la producción de patata se vio afectada por la polilla guatemalteca, al igual que en el año precedente. La producción final rondó las 100.850 toneladas. Entre las hortalizas, hubo descensos relacionados con la reducción de la superficie, aunque algunas producciones como la de melón o pimiento fueron mayores. El tomate volvió a perder superficie y como consecuencia de ello redujo su producción a cerca de 84.000 toneladas. Al contrario que en el caso del tomate, en Canarias se ha ido incrementando la superficie cultivada de patata en los últimos años y eso se nota especialmente en la producción de la “papa” canaria.

Además de plátanos, en las islas se producen otras frutas como el aguacate que cada año van ganando terreno. Asimismo, se mantienen producciones de frutas de hueso y de frutos secos, que tuvieron unos resultados similares a los de 2016.

Respecto a la producción vitivinícola, tan apreciada dentro y fuera de las islas, la producción se situó en 48.200 hectolitros, debajo de la producción del año anterior que por otra parte fue también inferior. Sin embargo la alta calidad de la uva hizo posible que la mayor parte de la cosecha se destinara a la producción de vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).

En cuanto a las producciones ganaderas de Canarias, en general destacan la leche (especialmente la de cabra), los huevos y la producción de carne de caprino y de ovino. La producción de leche de vaca ronda las 37.000 toneladas, mientras que la de oveja está en unas 400 toneladas y la de cabra en 23.600 toneladas. En todos los casos, las producciones fueron similares a las del año precedente, pero los precios fueron mucho mejores, de ahí que el valor aportado por estas producciones fuera superior al de 2016. Otra producción ganadera singular de Canarias es la miel, que en 2017 tuvo peor balance que en el año anterior, debido a que la sequía influyó negativamente en la polinización.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2017 las exportaciones alcanzaron un valor de 2.467 millones de euros, el 0,5% del total nacional y un 9% más que un año antes.



### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANARIAS

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2017
PLÁTANOS	416,2
AGUACATE	9,6
PEPINOS	41,7
NARANJAS	13,7
PATATAS	100,8
TOMATE	84
CEBOLLAS	8
VINOS Y MOSTOS	60 (miles de hectolitros)
CABAÑA BOVINA	19,3 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	58,7 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	263 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	46,7 (miles de cabezas)
CARNE DE AVES	11,7
LECHE DE CABRA	23,7
LECHE DE OVEJA	0,4

FUENTE: MAPA



## PESCA

En Canarias se encuentran en actividad 786 embarcaciones pesqueras (8,5% del total nacional), con un arqueo de 22.811 GT, una potencia de 70.175 CV y una eslora promedio de 9,9 metros. La antigüedad de todos estos barcos es de 38 años, la mayor de toda España. Las producciones pesqueras canarias se dividen en más de 15.450 toneladas de pesca fresca, por un valor de 34,1 millones de euros, 1.990 toneladas de pesca congelada, con un valor de casi 1,3 millones de euros y más de 9 millones de toneladas de acuicultura, lo que supone otros 41,5 millones de euros. Las principales especies capturadas son las de peces pelágicos (87,7% en volumen y 72,7% en valor), peces demersales (11,4% y 24,8%), crustáceos (0,7% y 2,1%) y moluscos (0,2% y 0,4% respectivamente). La lubina y la dorada son las principales producciones acuícolas. En Canarias hay 58 puertos pesqueros, 26 cofradías de pescadores y 28 puntos de primera venta. ●



*Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Canarias son aguas embotelladas y bebidas aromatizadas, con cerca de un 17,5% del total, pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 16,2%, y productos lácteos, con un 14% del total*

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Canarias hay cerca de 400 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 10.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 650 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 1.150 millones de euros.

La industria alimentaria de Canarias representa el 1,1% del total nacional de empresas, el 2,7% de todas las personas ocupadas en este sector, el 1% de la compra de materias primas y el 1,2% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Canarias son aguas embotelladas y bebidas aromatizadas, con cerca de un 17,5% del total, pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 16,2%, y productos lácteos, con un 14% del total. En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias, con el 37,2% del total, seguido de lejos del sector de productos lácteos (15,1%), aguas embotelladas y bebidas aromatizadas (13%), e industria cárnica, con el 8,9% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	1.143
Industria cárnica	146
Industria del pescado	42
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	53
Aceites y grasas	4
Productos lácteos	160
Molinería y almidones	43
Panadería y pastas alimenticias	185
Azúcar, café, infusiones y confitería	69
Otros productos diversos	20
Productos alimentación animal	64
Vinos	18
Bebidas espirituosas	33
Otras bebidas alcohólicas	106
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	199

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Canarias tiene 2.165.000 habitantes y una extensión de 7.450 km<sup>2</sup>, un 4,6% y un 1,5% sobre el total nacional, respectivamente. Las pernoctaciones anuales superan los 71 millones (un 62% en Las Palmas y un 38% en Santa Cruz de Tenerife). Comparando con los niveles nacionales, los consumidores canarios cuentan con un poder de compra inferior a la media nacional (un 19%).

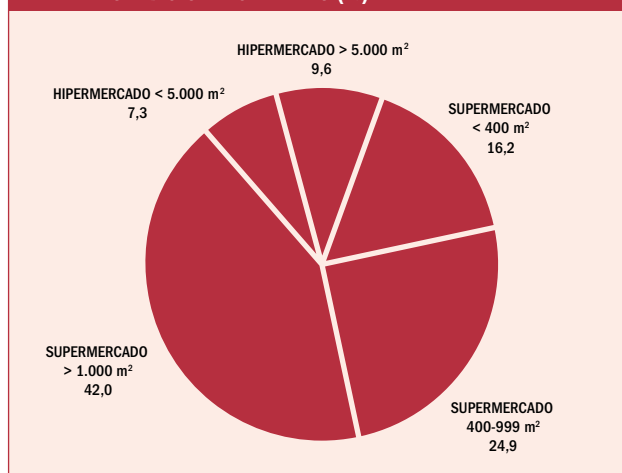
En Canarias se cuantifican 3.565 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación (Las Palmas tiene el 51,2% mientras que Santa Cruz de Tenerife llega al 48,8%). Por otra parte, en Canarias hay instalados 899 supermercados y 37 hipermercados; estos 936 establecimientos ocupan 609.566 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 281,6 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades para venta ambulante y mercadillos se cifran en 2.514, 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 <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	27.547	3.565	459	256	184	37	2.514
CANARIAS/ESPAÑA (%)	4,8	3,2	3,9	4,3	4,7	7,7	6,0



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CANARIAS (%)



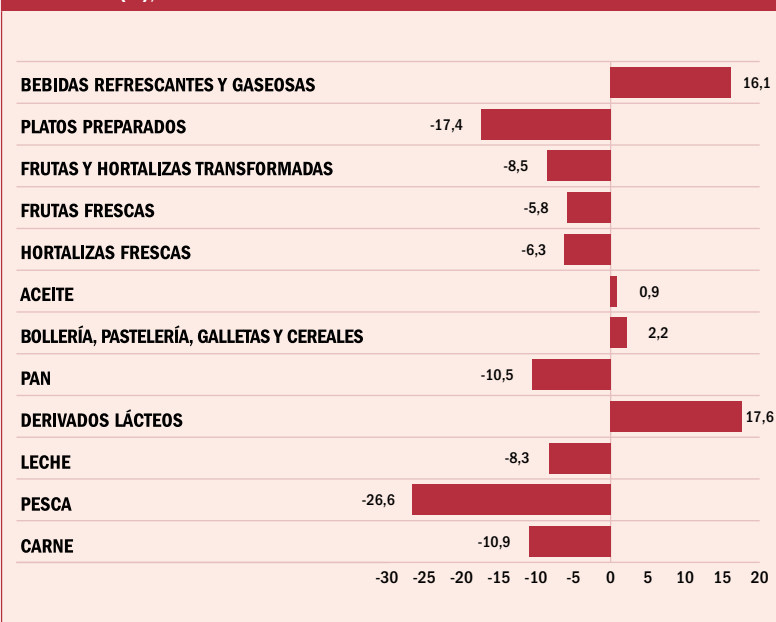
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017 Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.382,7 euros (un 6,6% inferior a la media nacional). Carne (18,7%), derivados lácteos (10,7%), pescado (10%), frutas frescas (9,8%), hortalizas frescas (6,8%), pan (4,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,1	1,4	4,3
CARNE	258,7	18,7	-17,0
PESCA	138,7	10,0	-29,5
LECHE	44,0	3,2	-9,2
DERIVADOS LÁCTEOS	148,4	10,7	21,1
PAN	66,7	4,8	-14,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,5	4,2	-3,8
CHOCOLATES Y CACAOS	25,2	1,8	2,3
ACEITE	32,7	2,4	-7,2
VINO	23,6	1,7	7,1
CERVEZAS	18,1	1,3	-19,7
ZUMO Y NÉCTAR	13,8	1,0	45,0
PATATAS	26,8	1,9	14,9
HORTALIZAS FRESCAS	94,2	6,8	-4,2
FRUTAS FRESCAS	135,4	9,8	0,5
FRUTOS SECOS	23,6	1,7	7,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,1	2,0	-4,0
PLATOS PREPARADOS	46,8	3,4	-18,0
CAFÉS E INFUSIONES	23,2	1,7	-7,1
AGUA MINERAL	24,0	1,7	88,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	33,0	2,4	-1,3
OTROS PRODUCTOS	101,1	7,3	7,0
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.382,7</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,6</b>

## DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



**CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017**

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
66 litros de agua mineral	16 unidades de huevos
7 litros de bebidas refrescantes	12 kilos de carne fresca
6 litros de zumo y néctar	6 kilos de pescado
6 kilos de derivados lácteos	6 litros de leche
4 kilos de queso	5 kilos de frutas frescas
2 kilos de pan industrial	3 kilos de pan
1 kilo de yogurt	3 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de azúcar	2 litros de cerveza
1 litro de vinos tranquilos	2 kilos de platos preparados
1 kilo de harinas y sémolas	1 kilo de pastas alimenticias
1 kilo de pescados congelados	1 kilo de aceitunas
1 litro de leche pasteurizada	1 litro de vinos y derivados

En comparación con la media nacional, los consumidores de Canarias cuentan con un gasto superior en agua mineral (88,1%), zumo y néctar (45%), derivados lácteos (21,1%) y patatas (14,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-29,5%), cervezas (-19,2%) platos preparados (-18%), pan (-14,7%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Canarias consumió 118 huevos, 42,4 kilos de carne, 17,4 kilos de pescado, 64,1 litros de leche, 41,4 kilos de derivados lácteos, 29,1 kilos de pan, 11,8 litros de aceite, 16,7 litros de cerveza, 51,9 kilos de hortalizas frescas,

87,1 kilos de frutas frescas, 11,4 kilos de platos preparados, 127 litros de agua embotellada y 48,2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Canarias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (16,1%), derivados lácteos (17,6%), bollería, pastelería, galletas y cereales (2,2%) y aceite (0,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-26,6%), platos preparados (-17,4%), pan (-10,5%), frutas y hortalizas transformadas (-8,5%) y hortalizas frescas (-6,3%). ○



**HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**

Canarias cuenta con 15.842 locales para actividades de restauración y bares, llegando al 5,7% 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	15.842	7.095	7.910	837	240.859
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,7	9,3	4,3	5,0	16,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## 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 ◊



## INDICACIÓN GEOGRÁFICA

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RONMIEL DE CANARIAS ◊

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO REGULADOR DE LA  
 AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANARIAS ◊

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## QUESOS

QUESO MAJORERO ◊  
 QUESO PALMERO ◊  
 QUESO DE FLOR DE GUÍA ◊ /  
 QUESO DE MEDIA FLOR DE GUÍA ◊ /  
 QUESO DE GUÍA



## CONDIMENTOS Y DERIVADOS

COCHINILLA DE CANARIAS

## FRUTAS Y HORTALIZAS

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS ◊

## MIEL

MIEL DE TENERIFE ◊

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## HARINAS Y PANES

GOFIO CANARIO

## FRUTAS Y HORTALIZAS

PLÁTANO DE CANARIAS



◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cantabria en 2017 fue de 375 millones de euros, expresadas en precios básicos. De este total, unos 82 millones procedieron de la Producción Final Vegetal (PFV) y 230 millones de euros de la Producción Final Ganadera (PFG). El resto de la PFA (cerca de 63 millones de euros) eran las aportaciones del grupo de otras producciones (como por ejemplo la forestal) y 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 Cantabria en 2017 se aproximó a 152 millones de euros a precios básicos.

La evolución del sector ganadero de Cantabria estuvo marcada por la evolución de los precios de la carne de vacuno y de la leche de vaca, que en esta ocasión fue muy positiva. Ese aumento de los precios, unido al sostenimiento de las producciones, hizo posible un aumento del valor generado por este subsector que lidera la PFA regional.

En la segunda campaña sin cuotas lácteas, la producción de leche de vaca de Cantabria se elevó a 443.126 toneladas, el 6,3% del total nacional. Este volumen, comparado con el del año anterior, supuso un incremento superior a las 3.000 toneladas. De la cantidad total producida, el 45% fueron entregas a industrias de la misma región y el resto en otras comunidades. El número de ganaderos con entregas al acabar el año era de 1.271 (60 menos que un año antes). En Cantabria es importante también la producción de leche ecológica, que supera el 1% de la producción total.

Además de la leche, en la región tiene mucha importancia la producción de carne, que en los últimos años ha experimentado un notable crecimiento en consonancia con el aumento del censo ganadero. Así, el censo de bovino volvió a incrementarse en 2017 hasta 296.550 cabezas, mientras que el censo de ovino rondaba las 63.000 cabezas, el de caprino las 25.460 cabezas y el de porcino las 1.200 cabezas.

Cantabria cuenta también con pequeñas producciones agrícolas, muchas de ellas destinadas a la alimentación del ganado, que es el sector fuerte en la Producción Final Agraria regional. En 2017, las producciones de cultivos forrajeros resultaron similares a las del año precedente, mientras que la de patata obtuvo resultados negativos pues la producción descendió por segundo año consecutivo al situarse en torno a las 3.600 toneladas. Una buena parte de la producción regio-

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CANTABRIA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
GIRASOL	0,04
PATATAS	3,6
MAÍZ FORRAJERO	70
KIWI	0,02
MANZANA DE SIDRA	0,01
VINOS Y MOSTOS	0,4 (miles de hl)
CARNE DE EQUINO	0,004
CARNE DE VACUNO	0,011
CARNE DE OVINO	0,007
CARNE DE PORCINO	0,059
CABAÑA BOVINA	282,3 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	63 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1,2 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	26 (miles de cabezas)
LECHE DE VACA	443

FUENTE: MAPA



nal de patata está protegida por la marca de calidad “Patata de Valderredible”, que es un tubérculo de recolección tardía. En Cantabria también se recoge anualmente una pequeña cosecha de fruta, especialmente de pepita, y se produce vino (400 hectolitros en el año 2017, la mitad que en 2016).

En los últimos años se han introducido en la agricultura cántabra cultivos como el del kiwi, que se adapta muy bien a las condiciones climáticas de estas tierras.

Respecto al comercio exterior, el valor de las exportaciones agroalimentarias de Cantabria fue de 325,4 millones de euros un 8,7% más que en 2016.

## PESCA

La flota pesquera cántabra está compuesta por 133 embarcaciones (1,4% del total español), con un arqueo de 7.138 GT, una potencia de 24.947 CV y una eslora promedio de 17,3 metros. La antigüedad media de esta flota es de 19 años. La pesca desembarcada en esta comunidad llega hasta las 29.450 toneladas, por un valor de algo más de 37,1 millones de euros. Las principales especies capturadas son anchoa, chicharro, sardina, caballa, bonito, merluza y rape. Hay unas 60 empresas conserveras que trabajan la anchoa. Además, hay 6 empresas de acuicultura marina y sus producciones más importantes son las de dorada, lubina, rodaballo y ostión mientras que en la continental destacan las truchas. En esta comunidad hay ocho puertos pesqueros (Castro Urdiales, Colindres, Comillas, Laredo, Santander, Santoña, San Vicente de la Barquera y Suances), siendo el más importante el de Santoña, donde se desembarca el 42,1% del total en volumen y 37,8% en valor. ●

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Cantabria hay unas 3.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 5.700 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 690 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 1.200 millones de euros.

La industria alimentaria de Cantabria representa el 10,5% del total nacional de empresas, el 1,6% de todas las personas ocupadas en este sector, el 1,2% de la compra de materias primas y el 1,2% del valor total de ventas de productos. Por ventas de productos, el subsector más representativo en la industria alimentaria de Cantabria es el del azúcar, café, infusiones y confitería, con una cifra muy próxima al 35% del total, productos lácteos, con un 24%, y preparación y conservación de frutas y hortalizas con un 13,7% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el del azúcar, café, infusiones y confitería, con el 27,8% del total, seguido de industria de pescado (24,1%), pan, pastelería y pastas alimenticias (21,8%), y productos lácteos, con cerca del 14% del total. ○



*Hay unas 60 empresas conserveras que trabajan la anchoa. Además hay 6 empresas de acuicultura marina y sus producciones más importantes son las de dorada, lubina, rodaballo y ostión mientras que en la continental destacan las truchas*

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	1.194
Industria del pescado	164
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	3
Productos lácteos	287
Molinería y almidones	1
Panadería y pastas alimenticias	144
Azúcar, café, infusiones y confitería	422
Otros productos diversos	12
Productos alimentación animal	98
Bebidas espirituosas	4
Otras bebidas alcohólicas	1

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.



## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cantabria tiene 581.200 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km<sup>2</sup>. 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 (1,6% superior).

En Cantabria se contabilizan 6.746 establecimientos comerciales minoristas. Aquellos que se ciñen específicamente a la dis-

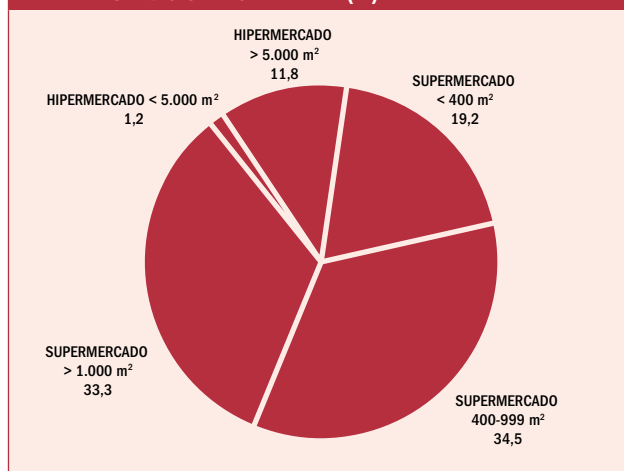
tribución de productos de alimentación se cuantifican en 1.370. Esta comunidad autónoma cuenta con 393 supermercados y 6 hipermercados. Estos 399 establecimientos ocupan 195.203 m<sup>2</sup> y generan una densidad comercial de 335,9 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 441 actividades (en torno al 1,1% sobre el total nacional). ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	6.746	1.370	236	107	50	6	441
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,2	1,2	2,0	1,8	1,3	1,2	1,1



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CANTABRIA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

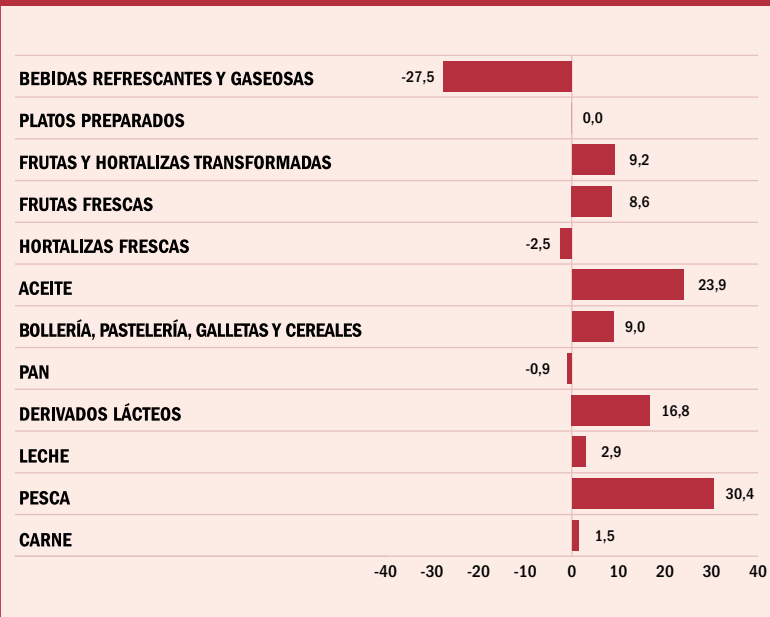
Durante el año 2017 Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.615,5 euros (un 9,2% superior a la media nacional). Carne (20,9%), pescado (15,7%), frutas frescas (8,8%), derivados lácteos (8,6%), hortalizas frescas (6,3%), pan (4,9%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES), 2017

SECTOR	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	24,4	1,5	32,6
CARNE	337,4	20,9	8,3
PESCA	253,8	15,7	29,0
LECHE	51,2	3,2	5,6
DERIVADOS LÁCTEOS	139,4	8,6	13,7
PAN	78,8	4,9	0,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	64,1	4,0	5,3
CHOCOLATES Y CACAOS	29,5	1,8	19,9
ACEITE	47,7	3,0	35,7
VINO	25,7	1,6	16,7
CERVEZAS	16,6	1,0	-26,2
ZUMO Y NÉCTAR	6,5	0,4	-32,1
PATATAS	25,2	1,6	7,7
HORTALIZAS FRESCAS	102,3	6,3	4,0
FRUTAS FRESCAS	142,7	8,8	6,0
FRUTOS SECOS	20,8	1,3	-5,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	36,0	2,2	27,6
PLATOS PREPARADOS	49,8	3,1	-12,7
CAFÉS E INFUSIONES	22,1	1,4	-11,5
AGUA MINERAL	12,3	0,8	-3,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,0	1,7	-16,5
OTROS PRODUCTOS	101,2	6,3	7,1
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.615,5</b>	<b>100,0</b>	<b>9,2</b>

## DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
40 unidades de huevos	12 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
8 kilos de frutas frescas	9 litros de agua mineral
7 kilos de pescado	7 litros de cervezas
6 kilos de derivados lácteos	6 litros de leche semidesnatada
4 kilos de carne de vacuno	3 litros de zumo y néctar
4 kilos de yogurt	2 litros de leche entera
4 kilos de patatas	1 kilo de hortalizas frescas
3 litros de aceite	1 kilo de carne de pollo
2 litros de leche líquida	1 kilo de pan fresco/congelado
2 litros de vinos y derivados	1 kilo de carne congelada
1 kilo de pan industrial	1 kilo de pescados congelados
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de queso

En comparación con la media nacional, los consumidores de Cantabria cuentan con un gasto superior en aceite (35,7%), huevos (32,6%), pescado (29%) y frutas y hortalizas transformadas (27,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-32,1%), cervezas (-26,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-16,5%) y platos preparados (-12,7%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Cantabria consumió 173 huevos, 48,3 kilos de carne, 30,9 kilos de pescado, 71,9 litros de leche, 41,1 kilos de derivados lácteos, 32,2 kilos de pan, 14,5 litros de acei-

te, 11,9 litros de cerveza, 54 kilos de hortalizas frescas, 100,5 kilos de frutas frescas, 13,8 kilos de platos preparados, 52,6 litros de agua embotellada y 30,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Cantabria se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pescado (30,4%) aceite (23,9%), derivados lácteos (16,8%), bollería, pastelería, galletas y cereales (9%) y frutas frescas (8,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-27,5%), hortalizas frescas (-2,5%), y pan (-0,9%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades dedicadas a servicios de restauración y bares se cifran en 3.742 (un 1,3% sobre el total nacional). Respecto a otras comunidades autónomas, Cantabria cuenta con un equipamiento de restaurantes, bares y hoteles reducido (por ejemplo, ocupa el décimo quinto lugar en número de bares y el décimo cuarto en número de restaurantes). ○

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANTABRIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANTABRIA	3.742	913	2.732	97	15.250
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,3	1,2	1,5	0,6	1,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## QUESOS

- PICÓN BEJES-TRESVISO <sup>◊</sup>
- QUESO-NATA DE CANTABRIA <sup>◊</sup>
- QUESUCOS DE LIÉBANA <sup>◊</sup>

## MIEL

- MIEL DE LIÉBANA \*\*\*\*

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

- CARNE DE CANTABRIA <sup>◊</sup>

## GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

- SOBAO PASIEGO <sup>◊</sup>

## MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

- MIEL
- PATATA
- PIMIENTO DE ISLA
- PUERRO
- TOMATE
- QUESO DE OVEJA CURADO
- EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS
- AGUARDIENTE DE ORUJO
- BERZA "ASA DE CÁNTARO"
- LECHE PASTEURIZADA
- CARICO MONTAÑÉS
- ARÁNDANO
- SEMICONSERVA DE FILETES DE ANCHOA EN ACEITE

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

- AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA

## VINOS DE LA TIERRA

- LIÉBANA
- COSTA DE CANTABRIA



<sup>◊</sup> Inscrita en el Registro de la UE  
 \*\*\*\* Protección nacional transitoria

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Castilla-La Mancha, expresada en precios básicos, ascendió en 2017 a 4.340 millones de euros. A esta cantidad, la Producción Final Vegetal (PFV) contribuyó con 2.570 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 1.490 millones de euros. El resto de la PFA fueron aportaciones del sector servicios y de otras producciones agrarias, que sumaron cerca de 280 millones de euros. El gasto en consumos intermedios supuso en 2017 un coste superior al del año precedente y la Renta Agraria se estimó finalmente en torno a los 2.300 millones de euros.

El año 2017 estuvo marcado por las malas cosechas, especialmente entre los cereales, las hortalizas (con algunas excepciones) y el vino.

La producción vitivinícola regional es la más importante de España y también de la UE. En 2017 se alcanzaron los 19,3 millones de hectólitros de vino y mosto, volumen muy por debajo de los más de 23 millones de hectolitros del año precedente.

En el mismo sentido, la campaña de aceite de oliva (2017/2018) fue peor que la anterior, pues la producción quedó en 105.400 toneladas.

En general, la campaña de cereales fue mala, con descensos generalizados que se notaron especialmente en las cosechas de trigo (39%) y cebada (28%). Asimismo, la cosecha de girasol fue un 6% menor que la de 2016, mientras que la producción de alfalfa se mantuvo en niveles similares a los de la cosecha precedente, a pesar de la

sequía. Entre las hortalizas, en 2017 se produjeron reducciones de cosecha en producciones significativas como la de melón (6%) o la de cebolla (3%), pero sin embargo la producción de ajos, que es una de las más emblemáticas de la agricultura castellano-manchega, resultó un 41% por encima de 2016.

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA-LA MANCHA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
TRIGO	569,7
CEBADA	2.047
MAÍZ	262
AVENA	304
LENTEJAS	15,8
ALFALFA	1.035
ALMENDRA CÁSCARA	18,1
GIRASOL	142,4
COLZA	22
MAÍZ FORRAJERO	150
SANDÍAS	113,4
MELONES	202
LECHUGA	75
MELOCOTÓN	38,5
PATATAS	75,8
TOMATE	83
PIMIENTOS	41
AJOS	158,5
CEBOLLAS	705
ZANAHORIAS	22
CHAMPIÑÓN	58
ACEITE DE OLIVA	105,4
VINOS Y MOSTOS	19.358 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	460,4 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.624 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	2300 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	594 (miles de cabezas)
LECHE DE CABRA	85,6
LECHE DE OVEJA	142
LECHE DE VACA	267,8

FUENTE: MAPA





Al igual que el ajo, el champiñón es otra producción agrícola muy representativa de Castilla-La Mancha. En 2017 el balance de este cultivo fue bueno y la cosecha total superó las 58.000 toneladas.

En sentido contrario, la producción de almendra fue menor que la del año anterior y entre las frutas se produjeron importantes caídas de precios.

Con respecto al sector ganadero, en 2017 se produjo un aumento de los principales censos, así como también de la producción de carne y de los precios. La cabaña bovina total (vacas lecheras incluidas) rondó las 460.400 cabezas (un 7% más que en 2016). Asimismo, la cabaña ovina superó los 2,3 millones de cabezas y la porcina los 1,7 millones de animales.

Las producciones de leche en la región 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, en 2017 se produjeron 267.800 toneladas de leche de vaca (muy por encima del año precedente), así como también volúmenes importantes de leche de oveja (142.000 toneladas en 2017) y cabra (85.600 toneladas).

Por lo que respecta a las exportaciones agroalimentarias, en 2017 las ventas superaron los 2.500 millones de euros,

un 10% más que un año antes, en el que por otro lado se había alcanzado una cifra récord de ventas al exterior de mercancías del sector agroalimentario. ●



## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Castilla-La Mancha hay cerca de 3.300 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 23.700 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 4.700 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 6.750 millones de euros.

La industria alimentaria de Castilla-La Mancha representa el 11,8% del total nacional de empresas, el 6,5% de todas las personas ocupadas en este sector, el 7% de la compra de materias primas y el 6,9% del valor total de ventas de productos. Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Castilla-La Mancha son industrias cárnicas, con cerca de un 32% del total, vinos, con un 16,3%, y productos lácteos, con un 14,7% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industria cárnica, con el 24,8% del total, seguido de lejos de pan, pastelería y pastas alimenticias (16,8%), vinos (13,5%), y productos lácteos, con el 11,7% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	6.749
Industria cárnica	2.141
Industria del pescado	98
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	255
Aceites y grasas	442
Productos lácteos	989
Molinería y almidones	202
Panadería y pastas alimenticias	281
Azúcar, café, infusiones y confitería	214
Otros productos diversos	127
Productos alimentación animal	366
Vinos	1.098
Bebidas espirituosas	183
Otras bebidas alcohólicas	19
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	334

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla-La Mancha cuenta con 2.035.000 habitantes y 79.409 km<sup>2</sup> de extensión. Las provincias de Toledo y Ciudad Real superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-mancheño está por debajo de la media nacional (un 13,6%).

En Castilla-La Mancha hay 25.174 locales comerciales minoristas. Los establecimientos especializados en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.783.

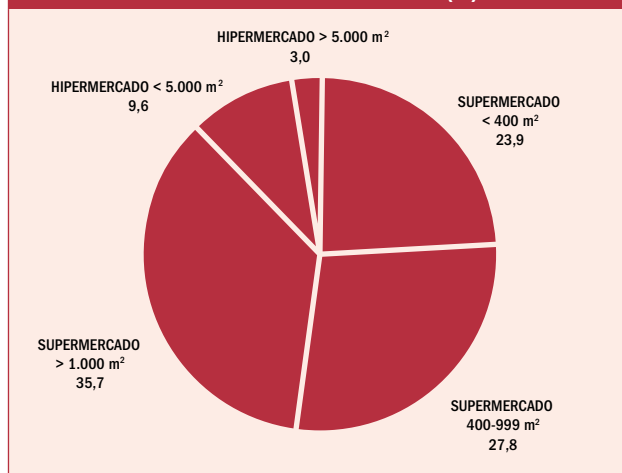
Toledo tiene el 32,4%; Ciudad Real, el 27,5%; Albacete, el 20,8%; Cuenca, el 11,1%; y Guadalajara, el 8,2%. Esta comunidad autónoma cuenta con 1.104 supermercados y 22 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 558.083 m<sup>2</sup> y una densidad comercial de 274,3 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 2.018 actividades, un 4,8% sobre el conjunto de España. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	25.174	4.783	714	241	149	22	2.018
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	4,4	4,3	6,1	4,0	3,8	4,6	4,8



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CASTILLA-LA MANCHA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

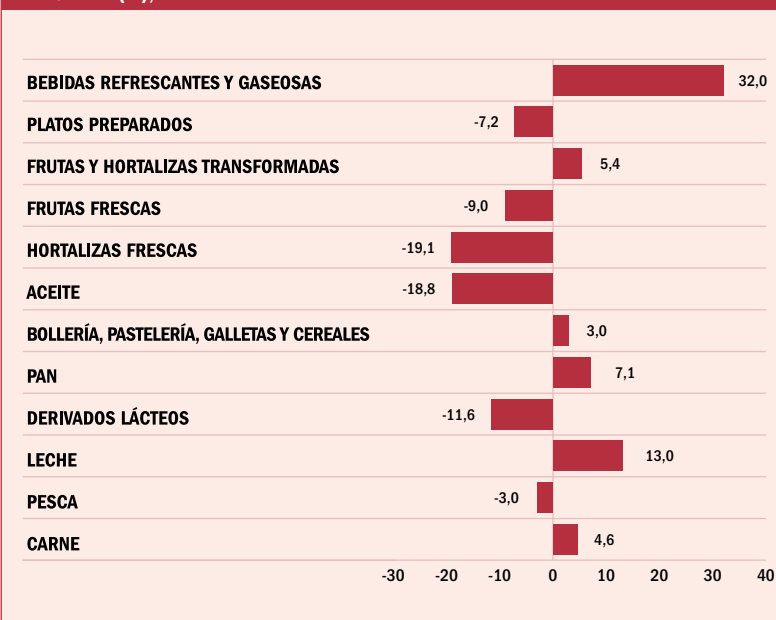
Durante el año 2017 Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.307,6 euros (un 11,6% inferior a la media nacional). Carne (23,4%), pescado (13,4%), frutas frescas (8,2%), derivados lácteos (7,4%), pan (6%), hortalizas frescas (5,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,0	1,2	-12,9
CARNE	305,6	23,4	-1,9
PESCA	175,5	13,4	-10,8
LECHE	53,1	4,1	9,6
DERIVADOS LÁCTEOS	96,4	7,4	-21,3
PAN	78,3	6,0	0,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	57,3	4,4	-5,9
CHOCOLATES Y CACAOS	20,0	1,5	-18,9
ACEITE	25,2	1,9	-28,3
VINO	10,9	0,8	-50,3
CERVEZAS	22,6	1,7	0,4
ZUMO Y NÉCTAR	8,0	0,6	-15,9
PATATAS	19,6	1,5	-16,3
HORTALIZAS FRESCAS	74,0	5,7	-24,7
FRUTAS FRESCAS	106,9	8,2	-20,6
FRUTOS SECOS	15,4	1,2	-30,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,0	2,0	-7,8
PLATOS PREPARADOS	49,8	3,8	-12,8
CAFÉS E INFUSIONES	18,3	1,4	-26,6
AGUA MINERAL	11,7	0,9	-7,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,8	3,0	15,9
OTROS PRODUCTOS	78,0	6,0	-17,4
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.307,6</b>	<b>100,0</b>	<b>-11,6</b>

FUENTE: Elaboración propia con datos de MAGRAMA.

## DESVIACIÓN DE CASTILLA-LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla-La Mancha cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes

## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
13 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	11 kilos de hortalizas frescas
10 litros de leche esterilizada	8 kilos de frutas frescas
9 litros de leche envasada	6 unidades de huevos
9 litros de leche líquida	4 kilos de derivados lácteos
6 litros de agua mineral	3 kilos de patatas
2 kilos de pan	2 litros de leches fermentadas
2 kilos de carne	2 kilos de queso
1 kilo de carne de cerdo	2 litros de aceite
1 litro de vinos sin Denominación de Origen	2 litros de vino y derivados
1 litro de cervezas	1 kilo de pescado
1 kilo de salsas	1 kilo de arroz
1 kilo de carnes transformadas	1 kilo de platos preparados

y gaseosas (15,9%), leche (9,6%), cervezas (0,4%) y pan (0,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-50,3%), frutos secos (-30%), aceite (-28,3%) y café e infusiones (-26,6%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Castilla-La Mancha consumió 128 huevos, 49,8 kilos de carne, 23 kilos de pescado, 79 litros de leche, 31,1 kilos de derivados lácteos, 34,8 kilos de pan, 9,5 litros de aceite, 20 litros de cerveza, 44,8 kilos de hortalizas frescas, 84,2 kilos de frutas frescas, 12,8 kilos de platos preparados, 67,4

litros de agua embotellada y 54,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Castilla-La Mancha se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (32%), leche (13%), pan (7,1%), frutas y hortalizas transformadas (5,4%) y carne (4,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-19,1%), aceite (-18,8%), derivados lácteos (-11,6%), frutas frescas (-11,6%) y platos preparados (-7,2%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Los locales relacionados con actividades de restauración y bares son 10.628 (un 3,8% sobre el total nacional) y se distribuyen principalmente en Toledo (31,0%), Ciudad Real (24,5%) y Albacete (21,0%). Castilla-La Mancha ocupa el octavo 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	10.628	2.055	8.037	536	31.951
CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA (%)	3,8	2,7	4,4	3,2	2,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ALMANSA  
 JUMILLA \*\*  
 LA MANCHA  
 MANCHUELA  
 MÉNTRIDA  
 MONDÉJAR  
 UCLÉS  
 RIBERA DEL JÚCAR  
 VALDEPEÑAS

## PAGOS

CALZADILLA  
 CAMPO DE LA GUARDIA  
 CASA DEL BLANCO  
 DEHESA DEL CARRIZAL  
 DOMINIO DE VALDEPUSA  
 FINCA ÉLEZ  
 GUIJOSO  
 PAGO FLORENTINO

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

CARNE DE ÁVILA \*\*/◊  
 CORDERO MANCHEGO ◊  
 CORDERO SEGREÑO \*\*/◊

## HORTALIZAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS ◊  
 BERENJENA DE ALMAGRO ◊  
 MELÓN DE LA MANCHA ◊

## TURRONES, BOLLERÍA Y DULCES

MAZAPÁN DE TOLEDO ◊

## HARINAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL ◊

## VINOS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA



## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## ACEITES

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA ◊  
 ACEITE CAMPO DE MONTIEL ◊  
 ACEITE DE LA ALCARRIA ◊  
 MONTES DE TOLEDO ◊

## QUESOS

QUESO MANCHEGO ◊

## CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE LA MANCHA ◊

## JAMONES

GUIJUELO \*\*/◊

## MIEL

MIEL DE LA ALCARRIA ◊

## ARROCES

CALASPARRA \*\*/◊

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO ◊

## MARCA DE CALIDAD

ACEITE CAMPO DE HELLÍN  
 ACEITE VALLE DE LA ALCUDIA  
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ  
 CEBOLLA DE LA MANCHA  
 CORDERO DE LA ALCARRIA  
 CUEVA

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CASTILLA-LA MANCHA

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC.AA

\*\*\* Denominación en proyecto

◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor alcanzado por la Renta Agraria de Castilla y León en 2017 fue de 2.410 millones de euros. Ese crecimiento de la renta se debió a la buena marcha de la Producción Final Ganadera y al descenso de los consumos intermedios.

Más en concreto, la Producción Final Agraria (PFA) alcanzó un valor de 5.780 millones de euros, de los que 2.530 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 2.900 millones a la Producción Final Ganadera (PFG), que fue la que más creció en 2017 gracias a la subida de los precios y también a una mayor producción en cantidad. La aportación a la renta de los servicios y las otras producciones rondó los 350 millones de euros.

En un año normal, los cereales aportan prácticamente el 50% de la PFV, pero en 2017 debido a las condiciones de extrema sequía que sufrió la región, se produjo una espectacular caída de las cosechas. La falta de agua también afectó a las producciones industriales (girasol y remolacha, principalmente), así como al resto de cultivos.

Así, la producción de patata fue muy inferior a la de la campaña anterior, a pesar de que se cultivó más superficie. La cosecha se situó finalmente en torno a las 855.000 toneladas, un 4% menos, y los precios fueron ruinosos (los más bajos de los últimos años). Entre las producciones hortícolas que más se están desarrollando en la región destacaron los ajos y las zanahorias. La producción de los primeros se aproximó a las 23.000 toneladas y la de las segundas, a 183.000 toneladas.

Castilla y León cuenta también con una pequeña producción de aceite de oliva, que cada año se incrementa un poco. En la campaña 2017/2018 se produjeron en la región 1.700 toneladas de aceite.

Finalmente, la producción de vino y mosto quedó en 1,3 millones de hectolitros, la mayor parte amparados por marcas de calidad diferenciada (DOP, IGP, etc.). Esta producción de 2017 fue inferior en casi un millón de hectolitros a la del año precedente debido precisamente a los efectos de la sequía y las heladas en el viñedo, pero la calidad de los vinos obtenidos fue excelente. El grueso de la producción de vino se concentra en la provincia de Valladolid.

En cuanto a los sectores ganaderos, el que más aporta a la renta agraria regional es el porcino, seguido del vacuno de carne y del sector lácteo, al que contribuyen tanto la producción de leche de vaca como la de oveja o cabra. En 2017, la producción de

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CASTILLA Y LEÓN

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	1.505
CEBADA	973
MAÍZ	932
GARBANZOS	4,5
ALUBIAS	13
AVENA	118
ALFALFA	1358
GUISANTES SECOS	25
GIRASOL	281
REMOLACHA AZUCARERA	2.295
MANZANAS MESA	26,4
PATATAS	855
LECHUGAS	12
AJOS	22,7
CEBOLLAS	69,4
ZANAHORIAS	182,7
PUERRO	46
ACEITE DE OLIVA	1,7
VINOS Y MOSTOS	1.337 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	1.414 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	3.021 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	153,8 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	4.008 (miles de cabezas)
CARNE DE CONEJO	11,5
CARNE DE AVES	115,7
LECHE DE VACA	894,5
LECHE DE OVEJA	301
LECHE DE CABRA	40,6

FUENTE: MAPA

leche de vaca se elevó a 894.500 toneladas, un 3% más que en 2016, que representan el 12,7% del total nacional, lo que convirtió a Castilla y León en la segunda región productora del país. Además de leche de vaca, en la región se obtuvieron 301.000 toneladas de leche de oveja (la mayor producción de España) y 40.600 toneladas de leche de cabra, en ambos casos por encima de la producción de 2016.

El censo de porcino es el más numeroso (más de 4 millones de cabezas en 2017, muy por encima del censo del año precedente), pero la región cuenta también con importantes cabañas de bovino, ovino, caprino, aves y conejos.

En 2017, las exportaciones agrarias de Castilla y León crecieron un 7,4 % más que en 2016, lo que supuso una venta de mercancías al exterior por un valor de 1.967,5 millones de euros. ●

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Castilla y León hay unas 2.350 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 36.100 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 6.400 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 9.100 millones de euros.

La industria alimentaria de Castilla y León representa el 8,3% del total nacional de empresas, el 10% de todas las personas ocupadas en este sector, el 9,5% de la compra de materias primas y cerca del 9% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Castilla y León son industrias cárnicas, con cerca de un 25% del total, productos lácteos, con un 15,3%, y pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 13,7% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector en Castilla y León es el de la industria cárnica con el 28,4% del total, seguido del pan, pastelería y pastas alimenticias (22,6%), productos lácteos (12%), y preparación y conservación de frutas y hortalizas, con cerca del 7% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	9.192
Industria cárnica	2.331
Industria del pescado	251
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	498
Aceites y grasas	37
Productos lácteos	1.405
Molinería y almidones	363
Panadería y pastas alimenticias	1.256
Azúcar, café, infusiones y confitería	588
Otros productos diversos	483
Productos alimentación animal	1.156
Vinos	651
Bebidas espirituosas	61
Otras bebidas alcohólicas	2
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	109

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.



*La industria alimentaria de Castilla y León representa el 8,3% del total nacional de empresas, el 10% de todas las personas ocupadas en este sector, el 9,5% de la compra de materias primas y cerca del 9% del valor total de ventas de productos*

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla y León tiene 2.425.000 habitantes y una extensión de 93.900 km<sup>2</sup>, un 5,2% y un 18,6% sobre el total nacional, respectivamente. León, Valladolid, Salamanca y Burgos son las cuatro provincias que superan los 300.000 habitantes. En función del gasto medio por persona, y comparado con los niveles nacionales, Castilla y León tiene un poder de compra ligeramente inferior a la media nacional (poco más de 1 punto).

En Castilla y León se cuantifican 6.743 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valladolid

tiene el 20,0%; León llega al 19,1%; Salamanca cuenta con un 13,9%; Burgos tiene el 14,2%; Palencia un 6,9%; Ávila un 7,3%; Zamora un 8,3%; Segovia un 6,7%; y, por último, Soria un 3,6%.

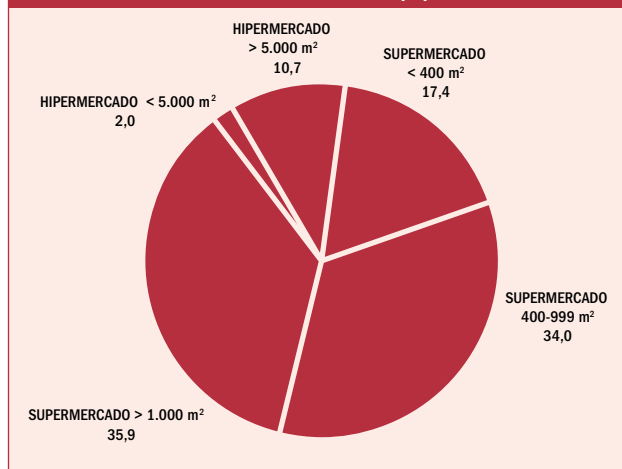
En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.170 supermercados y 23 hipermercados (estos 1.193 establecimientos ocupan 663.352 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 2.737 m<sup>2</sup> por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 1.795 actividades de comercio ambulante y mercadillos, cerca del 4,3% en el total nacional. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	31.098	6.743	642	348	180	23	1.795
CASTILLA Y LEÓN / ESPAÑA (%)	5,4	6,0	5,5	5,8	4,6	4,8	4,3



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CASTILLA Y LEÓN (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

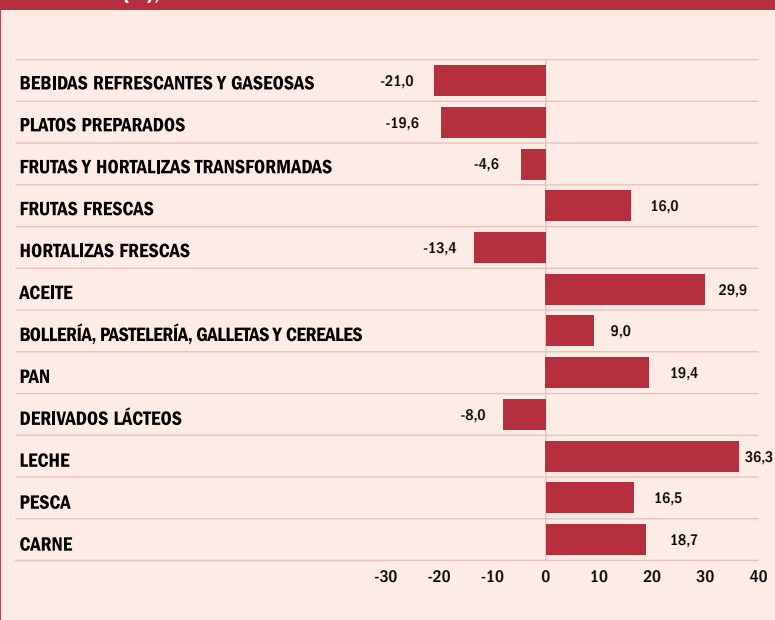
Durante el año 2017 Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.516,1 euros (un 2,5% superior a la media nacional). Carne (24,7%), pescado (14,5%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (7,1%), pan (6,1%), hortalizas frescas (5,4%) y leche (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,2	1,3	4,4
CARNE	374,2	24,7	20,1
PESCA	219,6	14,5	11,6
LECHE	64,3	4,2	32,7
DERIVADOS LÁCTEOS	106,9	7,1	-12,7
PAN	92,0	6,1	17,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	61,6	4,1	1,2
CHOCOLATES Y CACAOS	24,9	1,6	1,0
ACEITE	44,2	2,9	25,6
VINO	15,0	1,0	-31,8
CERVEZAS	16,4	1,1	-27,2
ZUMO Y NÉCTAR	7,9	0,5	-17,5
PATATAS	17,8	1,2	-23,7
HORTALIZAS FRESCAS	82,0	5,4	-16,5
FRUTAS FRESCAS	144,8	9,6	7,6
FRUTOS SECOS	18,4	1,2	-16,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,0	1,7	-7,6
PLATOS PREPARADOS	43,4	2,9	-23,9
CAFÉS E INFUSIONES	19,5	1,3	-22,0
AGUA MINERAL	9,6	0,6	-25,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	26,0	1,7	-22,3
OTROS PRODUCTOS	82,5	5,4	-12,8
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.516,1</b>	<b>100,0</b>	<b>2,5</b>

## DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
25 litros de leche	9 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
15 unidades de huevos	7 litros de agua mineral
15 kilos de frutas frescas	7 kilos de hortalizas frescas
9 kilos de carne fresca	5 kilos de patatas
6 kilos de pan	5 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	3 kilos de derivados lácteos
3 litros de aceite	3 kilos de platos preparados
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de batidos de leche
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de queso
1 kilo de azúcar	1 kilo de pan industrial
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de arroz
1 litro de gaseosas	1 litro de zumo y néctar

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (32,7%), aceite (25,6%), carne (20,1%), y pan (17,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-31,8%), cervezas (-27,2%), agua mineral (-25%) y platos preparados (-23,9%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Castilla y León consumió 149 huevos, 56,5 kilos de carne, 27,6 kilos de pescado, 95,3 litros de leche, 32,4 kilos de derivados lácteos, 38,8 kilos de pan, 15,2 litros de aceite, 13,2 litros de cerveza, 48 kilos de hortalizas frescas, 107,3 kilos de frutas frescas, 11,1

kilos de platos preparados, 54 litros de agua embotellada y 32,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Castilla y León se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de leche (36,3%), aceite (29,9%), pan (19,4%), carne (18,7%) y pescado (16,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-21%), platos preparados (-19,6%), hortalizas frescas (-13,4%), derivados lácteos (-8%), y frutas y hortalizas transformadas (-4,6%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 16.667 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 6,0% sobre el conjunto del país, lo que sitúa a Castilla y León como la sexta comunidad autónoma con mayor número de establecimientos. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Castilla y León ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ○

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA Y LEÓN	16.667	2.747	13.435	485	57.384
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	6,0	3,6	7,3	2,9	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ARLANZA  
ARRIBES  
BIERZO  
CIGALES  
RIBERA DEL DUERO  
RUEDA  
TIERRA DE LEÓN  
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA  
TORO

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## JAMONES

GUIJUELO \*\*/◊

## QUESOS

QUESO ZAMORANO ◊

## FRUTAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO ◊

## PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEQUILLA DE SORIA ◊

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## LEGUMBRES

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN ◊  
GARBANZO DE FUENTESAÚCO ◊  
JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA ◊  
LENTEJA DE LA ARMUÑA ◊  
LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS ◊

## HORTALIZAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO ◊  
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE ◊

## EMBUTIDOS

BOTILLO DEL BIERZO ◊  
CHORIZO DE CANTIMPALOS

## SALAZONES

CECINA DE LEÓN ◊

## BOLLERÍA Y DULCES

MANTECADAS DE ASTORGA ◊

## QUESOS

QUESO DE VALDEÓN ◊  
QUESO LOS BEYOS \*\*

## CARNES

CARNE DE ÁVILA \*\*/◊  
CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA ◊  
LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN ◊  
TERNERA DE ALISTE

## MARCAS DE CALIDAD

## CARNES

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA  
COCHINILLO DE SEGOVIA  
LECHAZO DE LA MESETA CASTELLANOLEONESA  
TERNERA CHARRA

## BOLLERÍA Y DULCES

TORTA ARANDA  
HORNAZO DE SALAMANCA

## VINOS

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

## HARINAS Y DERIVADOS

HARINA TRADICIONAL ZAMORANA  
PAN DE VALLADOLID

## FRUTAS Y HORTALIZAS

AJO DE VALLELADO  
CASTAÑA DEL BIERZO  
CEREZA DE LAS CADERECHAS  
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO  
PERA CONFERENCIA DEL BIERZO  
MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS  
LECHUGA DE MEDINA  
SETAS DE CASTILLA Y LEÓN

## LEGUMBRES

GARBANZO DE PEDROSILLO  
JUDIÓN DE LA GRANJA

## SALAZONES Y EMBUTIDOS

CECINA DE VILLARRAMIEL  
CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA  
CHORIZO ZAMORANO  
IBÉRICOS DE SALAMANCA  
CHORIZO DE LEÓN  
TORREZNO DE SORIA

## QUESOS

QUESO CASTELLANO



## AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA AGRICULTURA  
ECOLÓGICA DE CASTILLA Y LEÓN

## VINOS DE LA TIERRA

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

## VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SIERRA DE SALAMANCA  
VALLES DE BENAVENTE  
VALTIENDAS

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC AA

◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cataluña, medido a precios básicos, ascendió en 2017 a 4.680 millones de euros. La Producción Final Vegetal (PFV) aportó a la PFA 1.470 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) 3.055 millones de euros.

El resto de la PFA lo aportaron otras producciones agrarias y el sector servicios agrarios (unos 150 millones de euros aproximadamente). Los precios de los consumos intermedios, especialmente los de los piensos animales y fertilizantes, bajaron. Una vez descontados los consumos intermedios se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió en 2017 a 1.877 millones de euros.

El sector ganadero, el que más peso tiene en la PFA de Cataluña, tuvo un balance muy positivo pues al aumento de los censos en casi todas las cabañas, se sumó una subida de los precios generalizada, incluso en los huevos o la leche.

La producción de leche de vaca volvió a crecer en el segundo año sin cuotas lácteas. Finalmente se produjeron 746.300 toneladas, el 10,6% de la producción nacional total, de la que un 60% fue a parar a industrias de la región y el resto a otras comunidades autónomas. La producción láctea se completó con las aportaciones de leche de cabra y de oveja.

La carne de porcino, que aporta más de la mitad del subsector ganadero, tuvo resultados muy buenos, al igual que la producción de carne de aves y de vacuno.

Por su parte, en la PFV -que representa el 33% de la PFA regional- destacaron negativamente las malas cosechas de cereal (trigo, cebada, e incluso maíz). Las frutas, que aportan un tercio del valor de la PFV, tuvieron un mal balance por la caída de precios que afectó fundamentalmente a las cosechas de fruta de hueso, si bien la producción puede considerarse como normal. La cosecha de manzana de mesa, que se inició con mucho retraso, resultó algo inferior en cantidad e igualmente fue mala la cosecha de cítricos, especialmente la naranja dulce.

Entre las oleaginosas se registró una caída de producción, especialmente para el girasol ya que la cosecha de soja mejoró. También lo hizo la cosecha de alfalfa, al igual que en el año precedente. Las hortalizas en general tuvieron buen año, con incrementos importantes de cosecha en el caso de

las verduras de ensalada. Por su parte, las producciones de frutos secos (avellana y almendra principalmente) se salieron con una subida importante de la cosecha, tras las caídas del año precedente.

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE CATALUÑA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
TRIGO	284
CEBADA	588
MAÍZ	358
ARROZ CÁSCARA	121,3
GIRASOL	5
SANDÍAS	7,3
MELONES	5,5
ALFALFA	1.583
MANZANA DE MESA	302
PERAS	140,4
NECTARINAS	170,6
MELOCOTONES	235,4
CEREZAS	7,5
NARANJAS	29
MANDARINAS	140
ALMENDRAS CÁSCARA	17,9
AVELLANA CÁSCARA	11,8
PATATAS	20
TOMATES	49,2
LECHUGAS	24,8
PIMIENTOS	6,6
ALCACHOFAS	11
COLIFLORES	7
CEBOLLAS	39,5
JUDÍAS VERDES	7,6
CALABACÍN	13
PEPINO	13
ACEITE DE OLIVA	36,5
VINOS Y MOSTOS	2913 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	643,3 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	7754 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	514 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	72,3(miles de cabezas)
CARNE DE CONEJO	13,7
CARNE DE AVES	375
LECHE DE CABRA	5,3
LECHE DE VACA	746,3

FUENTE: MAPA



Por su lado, entre los frutos secos mejoraron la cosecha de almendra y avellana. Cataluña recoge el grueso de toda la cosecha de avellana de España.

El balance del año para el sector vitivinícola fue malo, pues se produjeron 2,9 millones de hectolitros de vino y mosto, un volumen inferior al de la campaña precedente. En sentido contrario, la producción de aceite (campaña 2017/2018) resultó mucho mejor que la anterior, pues se produjeron 36.500 toneladas.

En cuanto al comercio exterior agroalimentario, en 2017 se registró un incremento de las exportaciones agroalimentarias del orden del 4,7% hasta alcanzar un valor de 10.069 millones de euros, el 21,3% del total nacional.

## PESCA

En Cataluña hay 863 embarcaciones pesqueras (8,2% del total español), con un arqueo de 20.552 GT, una potencia de 121.476 GT y una eslora promedio de 13,9 metros. La antigüedad media de estos buques es de 30 años. Durante el pasado ejercicio se descargaron en los puertos catalanes 25.775 toneladas de pescados, entre los que destacan el boquerón (8.440 t.), la sardina (4.980 t.), el rape (3.370 t.), la merluza (820 t.) y el salmonete (720 t.). El valor total de toda la pesca marítima de Cataluña es de 100,2 millones de euros. La producción acuícola catalana llegó durante 2017 hasta las 7.190 toneladas. Destacan las producciones de mejillón (3.345 t.), trucha (2.100 t.), dorada (500 t.) y ostras (270 t.). En esta comunidad autónoma hay 40 puertos pesqueros y 24 lonjas de primera venta, pero los puertos más importantes son los de Tarragona (3.650 t.), Vilanova i la Geltrú (3.070 t.), Barcelona (2.940 t.) y Blanes (2.540 t.). ●

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Cataluña hay unas 2.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 78.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 15.400 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 22.600 millones de euros.

La industria alimentaria de Cataluña representa el 7,1% del total nacional de empresas, el 21,5% de todas las personas ocupadas en este sector, el 22,7% de la compra de materias primas y el 23% del valor total de ventas de productos.

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CATALUÑA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	22.559
Industria cárnica	7.028
Industria del pescado	189
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	714
Aceites y grasas	2.327
Productos lácteos	857
Molinería y almidones	461
Panadería y pastas alimenticias	1.464
Azúcar, café, infusiones y confitería	2.067
Otros productos diversos	2.016
Productos alimentación animal	2.958
Vinos	1.185
Bebidas espirituosas	158
Otras bebidas alcohólicas	408
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	726

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

*Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Cataluña son las industrias cárnicas, con una cifra muy próxima al 31% del total, los productos de alimentación animal, con un 13,1%, y los aceites y grasas, con un 10,3% del total*

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Cataluña son las industrias cárnicas, con una cifra muy próxima al 31% del total, los productos de alimentación animal, con un 13,1%, y los aceites y grasas, con un 10,3% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industrias cárnicas con el 40,2% del total, seguido muy de lejos por pan, pastelería y pastas alimenticias (15%), azúcar, café, infusiones y confitería (7%), y vinos, con cerca del 6% del total. ○

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes –7.460.000, un 16,0% sobre el total nacional–. Barcelona cuenta con más del 70% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km<sup>2</sup>. El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está casi un 9% por encima de la media nacional.

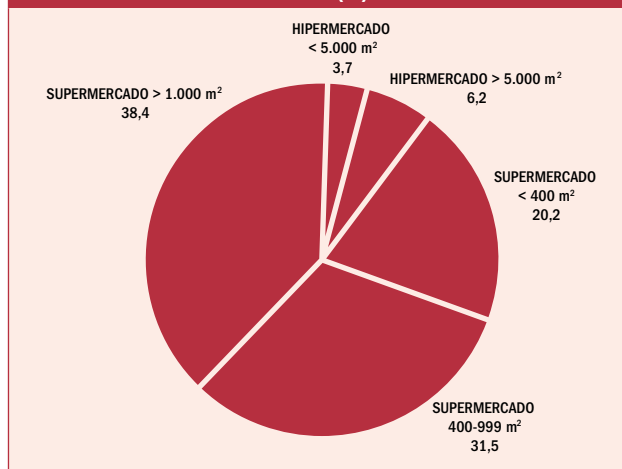
Los locales especializados en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 20.779 (un 18,6% sobre el total nacional); Barcelona tiene el 72,5%; Girona, el 11,4%; Tarragona, el 10,1%; y Lleida, el 6,0%. Cataluña cuenta con 3.759 supermercados y 63 hipermercados; estos 3.822 establecimientos ocupan 2.123.076 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 284,8 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades para la venta ambulante y en mercadillos suman 7.011, un 16,8% sobre el total nacional. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CATALUÑA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	93.664	20.779	2.076	1.063	620	63	7.011
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,3	18,6	17,8	17,8	15,7	13,0	16,8



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN CATALUÑA (%)



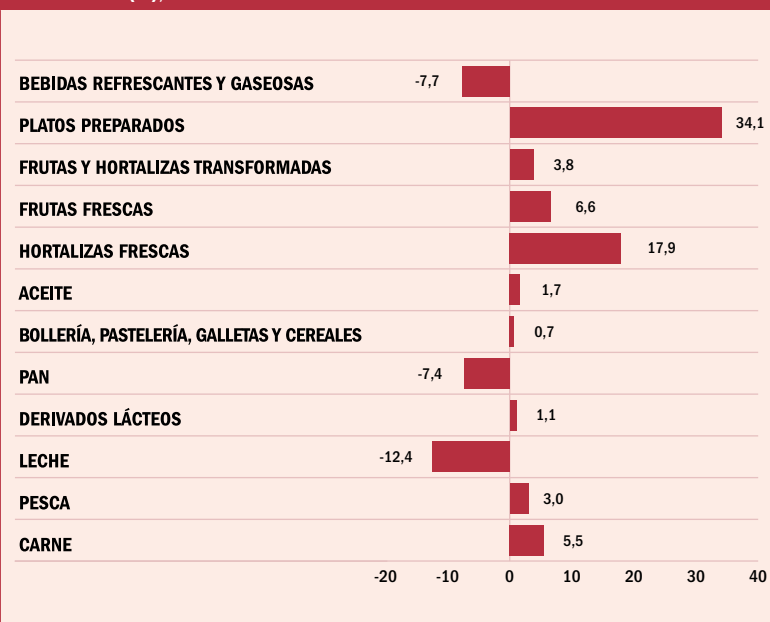
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 1.701,7 euros (un 15% superior a la media nacional). Carne (21,2%), pescado (13,2%), frutas frescas (8,9%), derivados lácteos (8%), hortalizas frescas (7,2%), pan (4,7%) y platos preparados (4,6%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total. En comparación con la media nacional, los consumidores de Cataluña cuentan con un gasto superior en agua mi-

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,9	1,1	3,0
CARNE	360,0	21,2	15,6
PESCA	224,3	13,2	14,0
LECHE	43,8	2,6	-9,7
DERIVADOS LÁCTEOS	136,6	8,0	11,5
PAN	79,8	4,7	2,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	68,2	4,0	12,0
CHOCOLATES Y CACAOS	26,1	1,5	5,9
ACEITE	37,9	2,2	7,8
VINO	31,9	1,9	44,8
CERVEZAS	23,6	1,4	4,9
ZUMO Y NÉCTAR	10,7	0,6	12,1
PATATAS	27,4	1,6	17,5
HORTALIZAS FRESCAS	121,9	7,2	24,0
FRUTAS FRESCAS	152,1	8,9	12,9
FRUTOS SECOS	27,6	1,6	25,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,7	1,8	8,8
PLATOS PREPARADOS	79,1	4,6	38,6
CAFÉS E INFUSIONES	34,1	2,0	36,7
AGUA MINERAL	19,6	1,2	53,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	34,5	2,0	3,0
OTROS PRODUCTOS	113,0	6,6	19,5
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.701,7</b>	<b>100,0</b>	<b>15,0</b>

## DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
25 litros de agua mineral	9 litros de leche líquida
10 kilos de hortalizas frescas	3 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
6 kilos de frutas frescas	3 kilos de pan
5 kilos de platos preparados	2 litros de cerveza
4 litros de vino y derivados	1 kilo de carne congelada
3 kilos de carne fresca	1 kilo de pescados frescos
1 litros de vinos sin Denominación de Origen	1 kilo de batidos de yogurt
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de queso fresco
1 kilo de pastas alimenticias	1 kilo de chocolates, cacao y sucedáneos
1 kilo de carne de cerdo	1 kilo de azúcar
1 kilo de arroz	1 litro de aceite de girasol
1 kilo de aceitunas	1 kilo de salsas

neral (53,5%), vino (44,8%), platos preparados (38,6%) y cafés e infusiones (36,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-9,7%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Cataluña consumió 134 huevos, 50,2 kilos de carne, 24,4 kilos de pescado, 61,2 litros de leche, 35,6 kilos de derivados lácteos, 30,1 kilos de pan, 11,9 litros de aceite, 16,7 litros de cerveza, 65,3 kilos de hortalizas frescas, 98,6 kilos de frutas frescas, 18,5 kilos de platos

preparados, 86,3 litros de agua embotellada y 38,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Cataluña se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (34,1%), hortalizas frescas (17,9%), frutas frescas (6,6%), carne (5,5%) y frutas y hortalizas transformadas (3,8%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-12,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (-7,7%) y pan (-7,4%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 43.859 locales –un 15,8% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 69,4% para Barcelona, 12,2% para Girona, 12,2% 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	43.859	14.464	26.080	3.315	243.537
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	15,8	18,9	14,1	19,9	16,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ALELLA	COSTERS DEL SEGRE	PRIORAT (DOCa)
CATALUÑA	EMPORDÀ	TARRAGONA
CAVA **	PENEDÈS	TERRA ALTA
CONCA DE BARBERÀ	PLA DE BAGES	MONTANT

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

POLLASTRE I CAPÓ DEL PRAT<sup>◊</sup>  
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)

VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS<sup>◊</sup>  
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)<sup>◊</sup>

GALL DEL PENEDES<sup>◊</sup>

## HARINAS

PA DE PAGÈS CATALÀ<sup>◊</sup>

## HORTALIZAS

CALÇOT DE VALLS<sup>◊</sup>

PATATES DE PRADES<sup>◊</sup>  
(PATATAS DE PRADES)

## EMBUTIDOS

LLOGANISSA DE VIC<sup>◊</sup>  
(SALCHICHÓN DE VIC)

## TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

TORRÓ D'AGRAMUNT<sup>◊</sup>  
(TURRÓN DE AGRAMUNT)

## FRUTAS

POMA DE GIRONA<sup>◊</sup>  
(MANZANA DE GIRONA)

CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE<sup>◊</sup>  
(CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)



## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RATAFIA CATALANA<sup>◊</sup>

BRANDY DEL PENEDES<sup>◊</sup>

## 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	PESCADO AZUL
CAPÓN	POLLO
CERDO	QUESO
CONEJO	TERNERA
CORDERO	TURRONES DE PRALINÉ Y TRUFADOS DE CHOCOLATE
GALLETAS	



## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## ACEITES

LES GARRIGUES<sup>◊</sup>

SIURANA<sup>◊</sup>

OLI DE TERRA ALTA<sup>◊</sup>  
(ACEITE DE TERRA ALTA)

OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ<sup>◊</sup>  
(ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)

OLI DE L'EMPORDÀ<sup>◊</sup>  
(ACEITE DEL EMPORDÀ)

## FRUTOS SECOS

AVELLANA DE REUS<sup>◊</sup>

## QUESOS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya<sup>◊</sup>

(QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

## PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya<sup>◊</sup>

(MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

## ARROCES

ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE<sup>◊</sup>  
(ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

## FRUTAS

PERA DE LLEIDA<sup>◊</sup>

## LEGUMBRES

MONGETA DEL GANXET<sup>◊</sup>

FESOLS DE SANTA PAU<sup>◊</sup>

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

PANELLETS<sup>◊</sup>

JAMÓN SERRANO<sup>◊</sup>

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida con otras CC AA

<sup>◊</sup> Inscrita en el Registro de la UE

DOCa: Denominación de Origen Calificada

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad de Madrid ascendió en 2017 a 261 millones de euros, de los que 118 millones de euros corresponden a la aportación de la Producción Final Vegetal (PFV) y 133 a las producciones ganaderas (PFG), según estimaciones realizadas. El resto de la PFA (10 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, resulta una Renta Agraria en 2017 cercana a los 100 millones de euros expresados a precios corrientes, según las mismas estimaciones.

A nivel de Renta Agraria, prácticamente aportan lo mismo el subsector ganadero y el agrícola. En 2017, el balance para el sector ganadero fue bueno por el aumento de los precios y de las cantidades producidas, mientras que para el agrícola fue peor debido a los efectos sobre el campo de la escasez de agua y las inclemencias del tiempo (heladas, etc.).

La cabaña que más aporta al subsector ganadero regional es la bovina, tanto de carne como de leche. La producción de carne de vacuno en Madrid representa el 5% del total nacional.

Con respecto a la leche, la producción regional fue inferior a la del año precedente (se produjeron 55.200 toneladas), el 0,8% de la producción de leche de vaca. Más de la mitad de la leche producida en Madrid fue a industrias lácteas de otras regiones. Además de la cabaña bovina, Madrid contaba en 2017 con el 1% del censo nacional de ganado ovino y también con el 1% del censo de caprino. A la producción de leche de vaca se sumaron unas 13.300 toneladas de leche de oveja (un volumen superior en 500 toneladas al de un año antes y la tercera producción más grande de España) y también 15.300 toneladas de leche de cabra, volumen ligeramente inferior al del año precedente, como también ocurrió en 2016. Una parte importante de estas producciones se destina a la elaboración de quesos.

Dentro de las producciones vegetales los subsectores que más aportan son los cereales, las hortalizas, las legumbres y los cultivos forrajeros, muy vinculados a la producción ganadera. En general, las cosechas de cereal fueron peores que las del año precedente, pero las cosechas de hortalizas se incrementaron.

Por su lado, la producción de vino y mosto se redujo hasta 76.000 hectolitros, de los que más de la mitad fueron vino amparados por la Denominación de Origen Protegida (DOP)

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
TRIGO	65,6
CEBADA	86,1
MAÍZ	72
MELONES	7,6
PATATAS	2,7
CEBOLLAS	16,2
ACEITE DE OLIVA	3,16
VINOS Y MOSTOS	76 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	93,7 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	100 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	35,4 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	17 (miles de cabezas)
CARNE DE VACUNO	29,1
CARNE DE AVES	48,5
LECHE DE VACA	55,2
LECHE DE OVEJA	13,3
LECHE DE CABRA	15,3

FUENTE: MAPA



Vinos de Madrid. La región contaba al acabar el año con una superficie de viñedo de casi 10.500 hectáreas, algo inferior a la de años anteriores. Asimismo, también había 28.700 hectáreas de olivares destinados a la producción de aceite, que en la campaña 2017/2018 ascendió a 3.160 toneladas.

En 2017 volvieron a subir las exportaciones agroalimentarias de Madrid, manteniendo constante el crecimiento que iniciaron hace años. Así las ventas de productos agroalimentarios alcanzaron un valor de 1.548 millones de euros, con un crecimiento del 1% respecto al año anterior. La Comunidad de Madrid representó en 2017 el 3,3% de todo el comercio agroalimentario de España. ●

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En la Comunidad de Madrid hay unas 1.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 18.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 2.450 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 4.700 millones de euros.

La industria alimentaria de la Comunidad de Madrid representa el 3,7% del total nacional de empresas, el 4,9% de todas las personas ocupadas en este sector, cerca del

*Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de la Comunidad de Madrid son otras bebidas alcohólicas, con una cifra muy próxima al 27% del total, industrias cárnicas, con un 24,2%, y pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 14% del total*

3,9% de la compra de materias primas y el 4,8% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de la Comunidad de Madrid son otras bebidas alcohólicas, con una cifra muy próxima al 27% del total, industrias cárnicas, con un 24,2%, y pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 14% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias, con el 33,2% del total, seguido por industrias cárnicas (16,3%), otras bebidas alcohólicas (10,7%), y productos lácteos, con cerca del 5% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	4.737
Industria cárnica	1.147
Industria del pescado	61
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	122
Aceites y grasas	57
Productos lácteos	479
Molinería y almidones	41
Panadería y pastas alimenticias	663
Azúcar, café, infusiones y confitería	80
Otros productos diversos	252
Productos alimentación animal	386
Vinos	108
Bebidas espirituosas	48
Otras bebidas alcohólicas	1.290
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	1

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.



## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 6.510.000 habitantes que tiene representan un 14,0% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km<sup>2</sup>, aproximadamente, unos 811. La distribución de los ingresos, en función del gasto medio por persona, indica que el poder de compra de los madrileños es superior a la media nacional en 16,5 puntos.

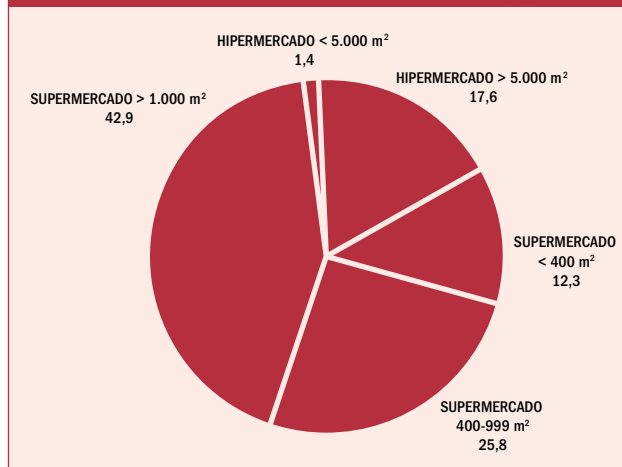
En esta comunidad autónoma se alcanzan 11.953 establecimientos relacionados con la distribución de alimentación. Los supermercados e hipermercados suman 1.882 establecimientos que suponen 1.427.435 m<sup>2</sup>; con ello, la densidad comercial llega a los 219,4 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes –resulta ser la menor a nivel nacional. Las actividades para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.790, un 6,7% 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 <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. MADRID	66.736	11.953	805	578	442	57	2.790
C. MADRID/ESPAÑA (%)	11,6	10,7	6,9	9,7	11,2	11,8	6,7



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA COMUNIDAD DE MADRID (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

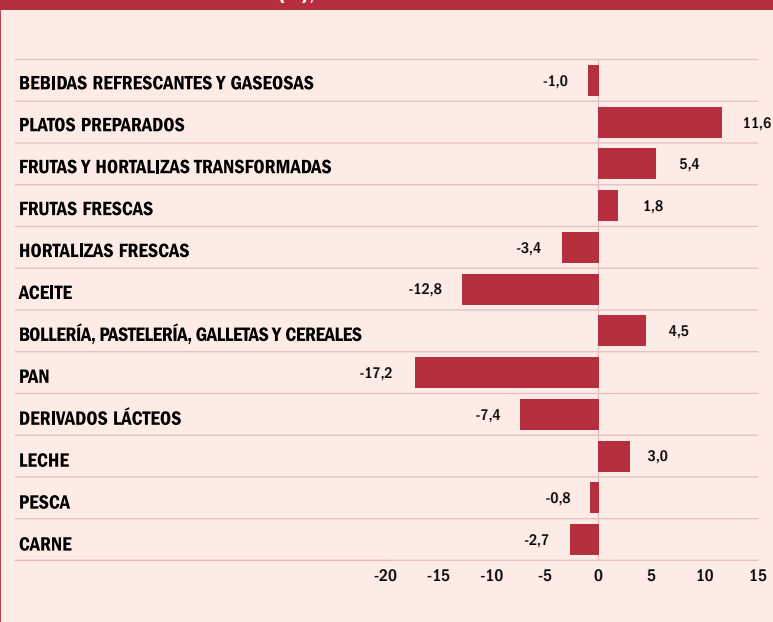
Durante el año 2017 la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.455,9 euros (un 1,6% inferior a la media nacional). Carne (22%), pescado (13,8%), frutas frescas (9,5%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (6,5%), platos preparados (4,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MADRID (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,4	1,1	-10,8
CARNE	319,9	22,0	2,7
PESCA	201,3	13,8	2,4
LECHE	50,1	3,4	3,5
DERIVADOS LÁCTEOS	115,3	7,9	-5,9
PAN	61,7	4,2	-21,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	62,0	4,3	1,9
CHOCOLATES Y CACAOS	21,3	1,5	-13,7
ACEITE	33,2	2,3	-5,5
VINO	19,3	1,3	-12,4
CERVEZAS	25,4	1,7	12,6
ZUMO Y NÉCTAR	9,7	0,7	2,2
PATATAS	19,9	1,4	-14,6
HORTALIZAS FRESCAS	95,2	6,5	-3,2
FRUTAS FRESCAS	138,9	9,5	3,2
FRUTOS SECOS	20,0	1,4	-9,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,6	2,0	5,1
PLATOS PREPARADOS	64,6	4,4	13,1
CAFÉS E INFUSIONES	23,7	1,6	-4,9
AGUA MINERAL	4,9	0,3	-61,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	34,9	2,4	4,4
OTROS PRODUCTOS	88,7	6,1	-6,2
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.455,9</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,6</b>

## DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
2 litros de leche líquida	43 litros de agua mineral
2 litros de leche esterilizada	8 unidades de huevos
2 litros de leche entera	6 kilos de pan fresco y congelado
2 kilos de hortalizas frescas	3 kilos de patatas
2 litros de leche envasada	3 kilos de derivados lácteos
1 kilo de carne certificada	2 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de pescado fresco	2 litros de aceite
1 kilo de pan industrial	2 kilos de carne de cerdo
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 litro de vino y derivados
1 litro de cervezas	1 litro de leche desnatada
1 kilo de frutas y hortalizas transformadas	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 kilo de encurtidos	1 kilo de carne

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad de Madrid cuentan con un gasto superior en platos preparados (13,1%), cervezas (12,6%), frutas y hortalizas transformadas (5,1%), y bebidas refrescantes y gaseosas (4,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-61,5%), pan (-21,1%), patatas (-14,6%) y chocolates y cacao (-13,7%). En términos medios, durante el año 2017 cada persona en la Comunidad de Madrid consumió 126 huevos, 46,5 kilos de carne, 23,5 kilos de pescado, 72 litros de leche, 32,6 kilos de derivados lácteos, 26,9 kilos de pan, 10,2 litros de aceite, 19,6 litros

de cerveza, 53,5 kilos de hortalizas frescas, 94,2 kilos de frutas frescas, 15,4 kilos de platos preparados, 18,2 litros de agua embotellada y 41,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad de Madrid se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (11,6%), frutas y hortalizas transformadas (5,4%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%), leche (3%) y frutas frescas (1,8%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan (-17,2%), aceite (-12,8%), derivados lácteos (-7,4%), hortalizas frescas (-3,4%) y carne (-2,7%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 30.882 actividades relacionadas con servicios de hostelería y restauración –un 11,1% del total nacional–, lo que convierte a la Comunidad de Madrid en la cuarta a nivel nacional con mayor dotación en este tipo de establecimientos. El equipamiento de restaurantes, bares y hoteles sitúa a esta comunidad autónoma entre las primeras del país (por ejemplo, cuarta en bares). ○

### HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
C. MADRID	30.882	8.858	19.550	2.474	107.172
C. MADRID/ESPAÑA (%)	11,1	11,6	10,6	14,9	7,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

VINOS DE MADRID

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA <sup>◊</sup>

## DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CHINCHÓN

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID



## DENOMINACIONES DE CALIDAD

## ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNAS DE CAMPO REAL

## MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE MADRID  
 HUERTA DE VILLA DEL PRADO  
 M PRODUCTO CERTIFICADO

## ALIMENTOS TRADICIONALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN  
 ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ  
 HORTALIZAS DE MADRID  
 HUEVOS DE MADRID  
 LECHE PASTEURIZADA DE MADRID  
 LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID  
 MIEL DE LA SIERRA DE MADRID  
 MELONES DE VILLACONEJOS  
 QUESO DE CABRA DE MADRID  
 QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

<sup>◊</sup> Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad Valenciana ascendió en 2017 a 3.478 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.696 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) cerca de 710 millones. El resto de la PFA (73 millones de euros) procedió de las aportaciones del grupo “otros servicios” y de “otras producciones agrarias”.

La PFA aumentó un 1,68% en valor, como resultado del ascenso del 1,33% en la cantidad producida y también del 0,35% en el precio. El incremento en valor de la Rama Agraria se justificó, fundamentalmente, por el crecimiento de la PFG (11,39%) y la disminución de la PFV (0,55%).

En cuanto a los precios, los de la PFV bajaron (1,76%) y los de PFG subieron (9,26%). Igualmente, en cantidad aumentó tanto la PFG (1,9%) como la PFV (1,22%).

La Renta Agraria se situó en unos 1.998,3 millones de euros, un 3,37% más que en 2016. Sin embargo, en términos corrientes por UTA, la Renta Agraria aumentó un 5%. En la Comunidad Valenciana, el 80% del valor generado por el sector agrario corresponde a la agricultura y el 20% a la ganadería. Dentro de la agricultura, las frutas son las que más aportan a la Renta Agraria regional y dentro de éstas, destacan los cítricos, con un valor que supera anualmente los mil millones de euros. Aunque en 2017

caió el valor generado por los cítricos, así como también por el resto de los frutales pues los precios se derrumbaron al tiempo que la oferta aumentaba. Por el contrario, aumentó el valor generado por las hortalizas y las plantas de vivero. También tuvo un balance negativo, tanto en

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
TRIGO	9,5
CEBADA	30
MAÍZ	3,7
ARROZ CÁSCARA	112,2
SANDÍAS	75,4
MELONES	38,3
MANZANA DE MESA	9,8
PERAS	5,4
ALBARICOQUE	18
MELOCOTONES	23,6
CIRUELAS	10
UVAS DE MESA	66,4
NARANJAS	1.501
MANDARINAS	1.345
LIMONES	250
ALMENDRAS CÁSCARA	38,6
PATATAS	62,2
TOMATES	73
LECHUGAS	52,7
PIMIENTOS	59
ALCACHOFAS	59,6
COLIFLORES	30
CEBOLLAS	88
ZANAHORIAS	7,6
JUDÍAS VERDES	7,3
CALABAZA	33
CALABACÍN	17,6
ACEITE DE OLIVA	35,8
VINOS Y MOSTOS	2.149 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	54,8 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.161 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	295 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	76,5 (miles de cabezas)
CARNE DE AVES	187 (miles de toneladas)
LECHE DE VACA	73,2
LECHE DE CABRA	18,7

FUENTE: MAPA

*El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad Valenciana ascendió en 2017 a 3.478 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.696 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) cerca de 710 millones*



cantidad como en precios, el sector del aceite de oliva y en cuanto al vino, se produjo una caída de la producción regional que quedó en 2,1 millones de hectolitros.

Respecto a las producciones animales, en 2017 se registró un incremento en valor de la producción de huevos (24,9%), bovino (10,9%), aves (7%), porcino (7%) y equino (2%). En el lado contrario, hubo caídas del valor aportado a la renta agraria por el sector de los conejos (15%) y la leche (19,6%). En el caso del conejo se produjo una importante reducción de la producción en cantidad, lo mismo que para la carne de porcino. Por el contrario, aumentó la producción de carne de aves y de bovino. Respecto a la leche de vaca, la producción regional finalmente se elevó a 70.000 toneladas, un volumen similar al del año precedente. También se produjo en la Comunidad Valenciana leche de cabra (unas 10.000 toneladas).

Durante 2017 las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad Valenciana alcanzaron un valor de 5.973,7 millones de euros, un 4,2% más que en el año anterior. El sector agroalimentario fue el que aportó el segundo mayor saldo positivo a la balanza comercial exterior de la región, por detrás del automóvil.

Con respecto al total nacional, las exportaciones representaban en 2017 el 12,7%, sólo por detrás de las de Andalucía y de Cataluña. ●

## PESCA

Forman la flota pesquera de la Comunidad Valenciana 587 embarcaciones (6,3% del total nacional), con un arqueado de 3.408 GT, una potencia de 26.022 CV y una eslora promedio de 14,8 metros. La antigüedad media de esta flota es de 24 años. La pesca desembarcada en esta comunidad llega hasta las 25.810 toneladas, por un valor de 92,2 millones de euros. El boquerón es la principal especie capturada, con 8.970 toneladas y 18,4 millones de euros, seguida a mucha distancia por los salmonetes (6,2 millones de euros), la merluza (5,8 millones de euros), la gamba roja (5 millones de euros) y la gamba blanca (4,6 millones de euros). Las producciones acuícolas llegan hasta las 13.810 toneladas con un valor de 64,6 millones de euros. La Comunidad Valenciana es la primera región productora de dorada, de anguila y de corvina y la cuarta de lubina. Hay 27 granjas marinas de acuicultura. Los puertos pesqueros de esta comunidad autónoma son 28 y hay 20 lonjas de primera venta. ○

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En la Comunidad Valenciana hay en torno a unas 1.300 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 31.400 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 5.800 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 8.600 millones de euros.

La industria alimentaria de la Comunidad Valenciana representa el 4,7% del total nacional de empresas, el 8,6% de todas las personas ocupadas en este sector, el 8,6% de la compra de materias primas y cerca del 8,8% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de la Comunidad Valenciana son industrias cárnicas, con cerca de un 21% del total, preparación y conservas de frutas y hortalizas, con un 17,8%, y pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 11% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector en la Comunidad Valenciana es el de pan, pastelería y pastas alimenticias, con el 24% del total, seguido de industrias cárnicas (20,2%), preparación y conservas de frutas y hortalizas (13,1%), y azúcar, café, infusiones y confitería, con cerca del 9% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	8.591
Industria cárnica	1.768
Industria del pescado	240
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	1.531
Aceites y grasas	97
Productos lácteos	618
Molinería y almidones	787
Panadería y pastas alimenticias	947
Azúcar, café, infusiones y confitería	683
Otros productos diversos	427
Productos alimentación animal	322
Vinos	350
Bebidas espirituosas	39
Otras bebidas alcohólicas	309
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	473

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Comunidad Valenciana cuenta con 4.935.000 habitantes y 23.254 km<sup>2</sup> 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 casi un 6% por debajo de la media nacional.

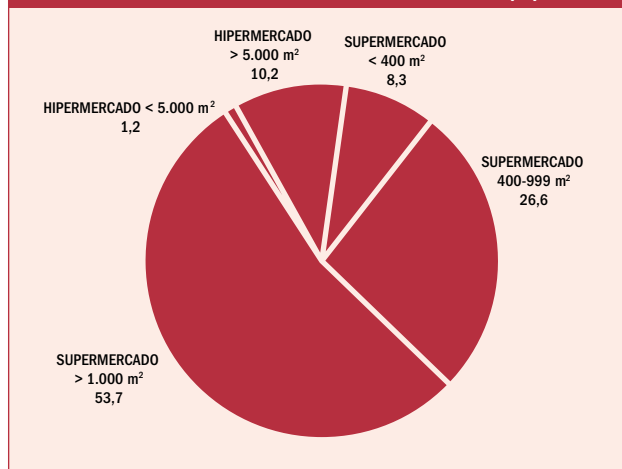
Esta comunidad autónoma tiene 11.583 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valencia cuenta con el 47,0%; Alicante, con el 41,4%; y Castellón, el 11,6%. En la Comunidad Valenciana hay 1.854 supermercados y 43 hipermercados –estos 1.897 establecimientos generan una densidad comercial de 322,9 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes–. Las actividades de venta ambulante y mercadillos alcanzan 6.350 (un 15,2% sobre el total nacional). ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	62.534	11.583	628	605	621	43	6.350
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	10,9	10,3	5,4	10,2	15,7	8,9	15,2



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (%)



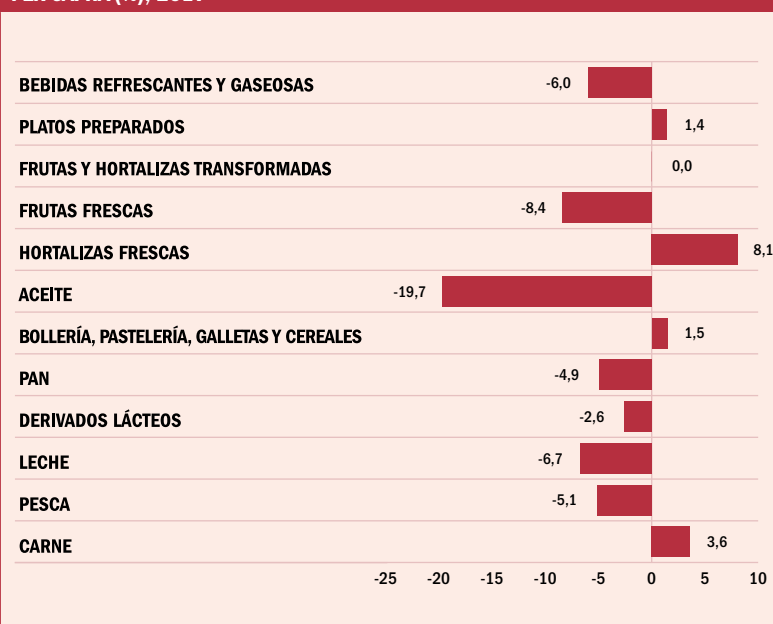
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017 la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.445,1 euros (un 2,3% inferior a la media nacional). Carne (21,2%), pescado (12,5%), derivados lácteos (8,7%), frutas frescas (8,2%), hortalizas frescas (7,2%), pan (5,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,9	1,2	-2,4
CARNE	306,6	21,2	-1,6
PESCA	180,6	12,5	-8,2
LECHE	45,3	3,1	-6,4
DERIVADOS LÁCTEOS	126,4	8,7	3,1
PAN	78,9	5,5	1,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,6	4,2	-0,4
CHOCOLATES Y CACAOS	21,6	1,5	-12,3
ACEITE	26,0	1,8	-26,2
VINO	18,0	1,2	-18,0
CERVEZAS	23,5	1,6	4,5
ZUMO Y NÉCTAR	10,2	0,7	7,6
PATATAS	24,4	1,7	4,3
HORTALIZAS FRESCAS	104,7	7,2	6,6
FRUTAS FRESCAS	118,8	8,2	-11,8
FRUTOS SECOS	25,4	1,8	15,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,7	1,8	-5,3
PLATOS PREPARADOS	55,6	3,8	-2,5
CAFÉS E INFUSIONES	27,2	1,9	8,8
AGUA MINERAL	15,7	1,1	22,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	31,2	2,2	-6,8
OTROS PRODUCTOS	99,8	6,9	5,6
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.445,1</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,3</b>

## DESVIACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad Valenciana cuentan con un gasto superior en agua mineral (22,9%), frutos secos (15,3%), cafés e infusiones (8,8%) y zumos y néctares (7,6%) mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-26,2%), vino (-18%), chocolates y cacao (-12,3%) y frutas frescas (-11,8%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en la Comunidad Valenciana consumió 141 huevos, 49,3 kilos de carne, 22,5 kilos de pescado, 65,2 litros de leche, 34,3 kilos de deri-



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
19 litros de agua mineral	8 kilos de frutas frescas
7 unidades de huevos	5 litros de leche líquida
4 kilos de hortalizas frescas	5 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
2 kilos de carne de pollo	2 litros de leches fermentadas
2 litros de leche desnatada	2 kilos de pan
2 kilos de arroz	2 litros de aceite de oliva
1 litro de batidos de leche	1 kilo de derivados lácteos
1 kilo de queso	1 kilo de yogurt
1 kilo de pastas alimenticias	1 litro de vino y derivados
1 kilo de aceitunas	1 litro de cafés e infusiones

vados lácteos, 30,9 kilos de pan, 9,4 litros de aceite, 21,5 litros de cerveza, 59,9 kilos de hortalizas frescas, 84,7 kilos de frutas frescas, 14 kilos de platos preparados, 80,2,4 litros de agua embotellada y 39 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume, en términos per cápita,

una mayor cantidad de hortalizas frescas (8,1%), carne (3,6%), bollería, pastelería, galletas y cereales (1,5%) y platos preparados (1,4%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-19,7%), frutas frescas (-8,4%), leche (-6,7%), bebidas refrescantes y gaseosas (-6%) y pescado (-5,1%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 32.104 –un 11,6% sobre el conjunto de España, tercera comunidad autónoma con una participación más elevada– y se distribuyen en un 44,6% para Valencia, un 43,7% 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 29,3 millones. ○

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
C. VALENCIANA	32.104	10.160	19.800	2.140	123.571
C. VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,6	13,3	10,7	12,9	8,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ALICANTE  
CAVA \*\*  
UTIEL-REQUENA  
VALENCIA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## TURRÓN, BOLLERÍA, DULCES

JIJONA ◊  
TURRÓN DE ALICANTE ◊

## EMBUTIDOS

EMBUTIDO DE REQUENA: \*  
· LONGANIZA  
· MORCILLA

## FRUTAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE ◊  
CÍTRICOS VALENCIANOS ◊

## VINOS

CASTELLÓ

## 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 ◊

## 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

## HORTALIZAS

ALCACHOFA DE BENICARLÓ ◊  
CHUFA DE VALENCIA ◊

## ARROCES

ARROZ DE VALENCIA ◊

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD  
VALENCIANA

## ACEITES

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA \*

## VINO DE PAGO

EL TERRERAZO  
PAGO DE LOS BALAGUESES  
PAGO CHOZAS CARRASCAL \*  
PAGO VERA DE ESTENAS \*

## MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

ALAJÚ	MIEL DE ROMERO
BOTIFARRA DE CEBA	MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
CARNE DE CORDERO GUIRRO	MORCILLA DE PAN
CARNE DE CONEJO	MORCILLETA DE CARNE
CEREZA	PERUSA
CLOCHINA	PIMIENTO SOL DEL PILAR
COENT DE BURRIANA	PLANTA ORNAMENTAL
EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN	QUESO BLANQUET
JAMÓN CURADO	QUESO DE CASSOLETA
LONGANIZA AL AJO	QUESO DE LA NUCÍA
LONGANIZA DE PASCUA	QUESO DE SERVILLETA
LONGANIZA MAGRA	QUESO TRONCHÓN
LONGANIZA SECA	TOMATA DE PENJAR
MIEL DE AZAHAR	TORTA DE GAZPACHO

\* Denominación en tramitación

\*\* Denominación compartida en otras CC AA

◊ Inscrita en el Registro de la UE



## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Extremadura en 2017 fue de 2.260 millones de euros, a cuya formación contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 1.150 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 960 millones de euros. A estas partidas se sumaron las aportaciones de los servicios y de otras producciones no contempladas en la PFV y en la PFG, que sumaron unos 150 millones de euros.

Una vez considerados los costes de producción, que subieron, y sumadas las amortizaciones añadiéndole las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se calculó una Renta Agraria para la región en 2017 de 1.350 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 2017 el balance general para el sector agrícola fue muy malo, pero para el sector ganadero no lo fue tanto ya que los precios de todas las producciones subieron con respecto a un año antes.

Las producciones agrícolas que más aportan a la renta agraria regional son las frutas, seguidas de las hortalizas y los cereales. Dentro de las frutas sobresalen las de hueso, con la cereza y la ciruela en cabeza. En 2017 se produjeron en Extremadura el 40% de la cereza nacional, a pesar de que hubo una pérdida de calibre por exceso de calor, y también el 52% de la ciruela. También es importante en la región la producción de sandía y melón, si bien dentro de las hortalizas el tomate lidera el ranking regional. La cosecha de tomates resultó finalmente mejor que la del año precedente y lo mismo sucedió con el pimiento, que es otra de las producciones agrícolas emblemáticas de esta región.

Los cereales por su lado sufrieron una importante merma de producción, aunque los precios no fueron tan bajos.

También se registró una caída del 40% en la cosecha de uva y la producción final de vino y mosto se elevó a 2,8 millones de hectolitros, de los cuales 480.000 hl. eran vinos con DOP o IGP.

La cosecha de aceituna cayó de forma drástica y además los productores de aceituna de mesa se vieron afectados por el veto de Estados Unidos a las importaciones comunitarias.

Al contrario que en años anteriores, el sector ganadero tuvo un buen balance en 2017 por la subida de precios y el aumento de los censos. El censo de bovino total (vacas

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE EXTREMADURA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	152,6
CEBADA	108
MAÍZ	598
ARROZ CÁSCARA	163
ALFALFA	116
GUISANTES SECOS	8,2
GIRASOL	18,8
SANDÍAS	12
MELONES	17,5
EXTREMADURA	80
CEREZAS	40,1
CIRUELAS	92
PATATAS	26
TOMATE	2.075
PEPINO	4
PIMIENTOS	61
CEBOLLAS	5,3
ACEITE DE OLIVA	72,7
ACEITUNAS DE MESA	111 (2017/2018)
VINOS Y MOSTOS	2.843 (miles de hl).
CABAÑA BOVINA	850 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	2.215 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	306,5 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.158 (miles de cabezas)
CARNE DE AVES	77,3
LECHE DE OVEJA	9,2
LECHE DE VACA	28,1
LECHE DE CABRA	25,9

FUENTE: MAPA

*Las producciones agrícolas que más aportan a la renta agraria regional son las frutas, seguidas de las hortalizas y los cereales. Dentro de las frutas sobresalen las de hueso, con la cereza y la ciruela en cabeza*

**VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA (EN MILLONES DE EUROS)**

Total industria alimentaria	2.493
Industria cárnica	657
Industria del pescado	11
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	397
Aceites y grasas	439
Productos lácteos	45
Molinería y almidones	29
Panadería y pastas alimenticias	60
Azúcar, café, infusiones y confitería	25
Otros productos diversos	279
Productos alimentación animal	357
Vinos	174
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	10

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.



lecheras incluidas) en Extremadura rondaba las 850.000 cabezas (un 2% más); el de porcino superó los 1,2 millones de cabezas y el de ovino llegó a 2,2 millones de animales. Por lo que respecta al sector del porcino ibérico, el balance fue muy bueno.

En cuanto al vacuno de leche, la producción extremeña de leche de vaca se redujo hasta 28.100 toneladas (ajustadas por materia grasa). La producción extremeña supuso el 0,4% de la producción de leche nacional. En esta región también es importante la producción de leche de oveja (9.200 toneladas en 2017) y de cabra (25.900 toneladas), que se destina principalmente a la industria quesera.

Finalmente, respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias de la región superaron la barrera de los mil millones, al crecer un 6,7% respecto al año precedente hasta los 1.013 millones de euros. ●



## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Extremadura hay unas 2.300 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 9.400 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 1.800 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 2.500 millones de euros.

La industria alimentaria de Extremadura representa el 8,2% del total nacional de empresas, el 2,6% de todas las personas ocupadas en este sector, el 2,7% de la compra de materias primas y el 2,5% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Extremadura son industrias cárnicas, con una cifra muy próxima al 26% del total, aceites y grasas, con un 17,6%, y preparación y conserva de frutas y hortalizas, con un 15,9% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de industrias cárnicas con el 26% del total, seguido por preparación y conserva de frutas y hortalizas (18,4%), pan, pastelería y pastas alimenticias (17,6%), y vinos, con cerca del 7,5% del total. ○

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Extremadura tiene 1.075.000 habitantes y una extensión de 41.634 km<sup>2</sup>. 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 18 puntos. En Extremadura se contabilizan 2.805 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación.

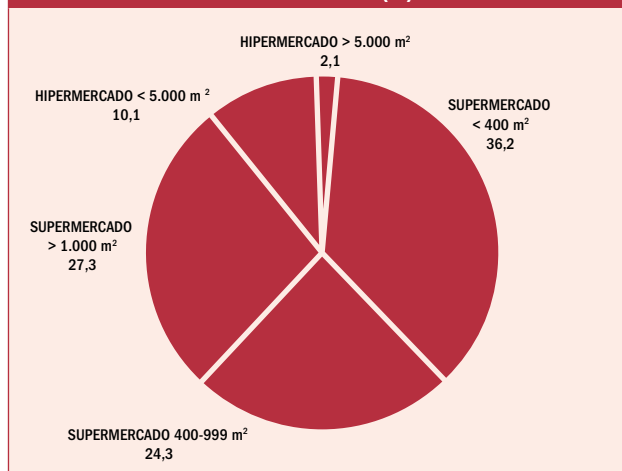
Badajoz cuenta con un 62,8% mientras que Cáceres tiene el 37,2% restante. Hay instalados 1.002 supermercados y 12 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 328.673 m<sup>2</sup> y generan una densidad comercial de 306,3 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes. Hay 1.158 actividades de venta ambulante y en mercadillos, un 2,8% sobre el total nacional. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	14.511	2.805	802	134	66	12	1.158
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,5	2,5	6,9	2,2	1,7	2,5	2,8



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN EXTREMADURA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

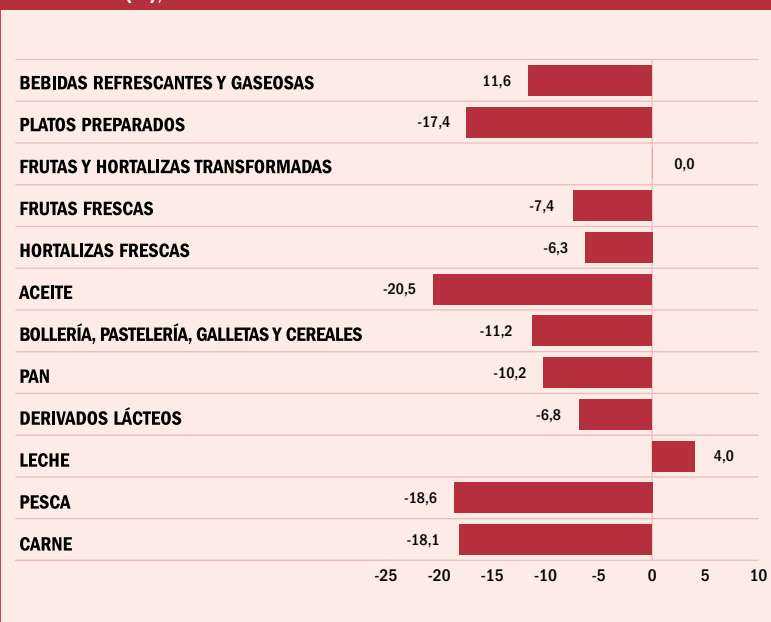
Durante el año 2017 Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.184,4 euros (un 20% inferior a la media nacional). Carne (19,9%), pescado (12,5%), frutas frescas (9,5%), derivados lácteos (8,9%), hortalizas frescas (7,4%), pan (5,2%) y leche (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	15,6	1,3	-14,8
CARNE	236,2	19,9	-24,2
PESCA	147,8	12,5	-24,9
LECHE	48,5	4,1	0,0
DERIVADOS LÁCTEOS	105,2	8,9	-14,1
PAN	67,7	5,7	-13,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	46,3	3,9	-23,9
CHOCOLATES Y CACAOS	18,8	1,6	-23,7
ACEITE	26,2	2,2	-25,6
VINO	11,9	1,0	-45,8
CERVEZAS	21,4	1,8	-5,0
ZUMO Y NÉCTAR	6,8	0,6	-28,2
PATATAS	18,4	1,6	-21,2
HORTALIZAS FRESCAS	87,2	7,4	-11,3
FRUTAS FRESCAS	112,7	9,5	-16,3
FRUTOS SECOS	17,8	1,5	-19,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,0	2,2	-7,7
PLATOS PREPARADOS	42,6	3,6	-25,3
CAFÉS E INFUSIONES	16,7	1,4	-33,2
AGUA MINERAL	9,7	0,8	-23,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	29,3	2,5	-12,4
OTROS PRODUCTOS	71,7	6,1	-24,2
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.184,4</b>	<b>100,0</b>	<b>-20,0</b>

## DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



**CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017**

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
8 litros de leche semidesnatada	17 unidades de huevos
4 litros de leche esterilizada	9 kilos de carne
3 litros de leche líquida	8 litros de agua mineral
2 litros de leche entera	7 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de yogurt	5 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
1 kilo de queso fresco	4 kilos de frutas frescas
1 kilo de margarina	3 litros de vino y derivados
1 litro de cerveza	3 kilos de pan
1 kilo de salsas	3 kilos de pescado fresco
1 kilo de bases de pizza	2 kilos de platos preparados
1 kilo de especias y condimentos	2 litros de aceite
1 kilo de pescados congelados	2 kilos de derivados lácteos

En comparación con la media nacional, los consumidores de Extremadura no cuentan con un gasto superior en ninguno de los productos analizados, mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-45,8%), cafés e infusiones (-33,2%), zumos y néctares (-28,2%) y aceite (-25,6%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Extremadura consumió 116 huevos, 39 kilos de carne, 19,3 kilos de pescado, 72,7 litros de leche, 32,8 kilos de derivados lácteos, 29,2 kilos de pan, 9,3 litros de aceite, 19,8 litros de

cerveza, 51,9 kilos de hortalizas frescas, 85,7 kilos de frutas frescas, 11,4 kilos de platos preparados, 53,8 litros de agua embotellada y 36,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en Extremadura se consume, en términos per cápita, sólo una mayor cantidad de leche (4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-20,5%), pescado (-18,6%), carne (-18,1%), platos preparados (-17,4%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-11,6%). ○



**HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**

Las actividades de restauración y bares cuentan en Extremadura con 6.243 locales, un 2,3% del total nacional, de los que el 58,5% está en Badajoz y el 41,5% 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	6.273	847	5.130	296	18.952
EXTREMADURA/ESPAÑA (%)	2,3	1,1	2,8	1,8	1,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## 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 ◊

## 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

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

- RIBERA DEL GUADIANA ◊
- CAVA \*\*/◊



## AGRICULTURA ECOLÓGICA

- COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)



\*\* Denominación compartida con otras CCAA en la zona de producción y en elaboración  
 ◊ Inscrita en el Registro de la UE  
 \*\*\*Protección Nacional Transitoria

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de Producción Final Agraria (PFA), a precios corrientes, en 2017 ascendió en Galicia a 3.885 millones de euros. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG) con 2.400 millones de euros, las agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) con 1.320 millones de euros y otras producciones (forestales, etc.) y servicios, que aportaron cerca de 165 millones de euros. Los consumos intermedios están constituidos fundamentalmente por piensos y productos zosanitarios, que registraron un aumento de los precios. Teniendo en cuenta estos datos, así como también las subvenciones y las amortizaciones, la Renta Agraria en Galicia se elevó a 1.610 millones de euros.

El mayor peso del subsector ganadero sobre el agrícola hace que la evolución de la renta agraria dependa en buena medida de cómo evolucionen las cabañas ganaderas y las producciones cárnicas y lácteas.

En 2017 destacó la subida de precios de la leche de vaca, así como también la que se registró en los sectores de la carne de vacuno, ovino, caprino, aves, porcino y conejo. Asimismo, los huevos registraron una importante subida de precio, por lo que el balance de todo el sector fue positivo. La producción regional de leche de vaca se elevó a 2,66 millones de litros, un volumen muy similar al de la producción de la campaña anterior. A este volumen, que supuso cerca del 38% de toda la producción de leche de vaca de España, se sumaron producciones menores de leche de oveja y cabra. Todos los censos volvieron a crecer. La cabaña de bovino alcanzó casi las 942.000 cabezas, muy por encima 2016, mientras que la de porcino se elevó hasta 1,64 millones de cabezas, frente a los 1,22 millones del año anterior. Las aves son también una cabaña muy importante para Galicia, tanto las destinadas a la producción de carne como a huevos. En 2017 la producción regional de carne de pollo supuso el 12% del total nacional y en cuanto a la carne de conejo, la producción gallega rondó el 25%.

Respecto a las producciones agrícolas, el balance general fue negativo al igual que en 2016. A nivel global, la patata, los cultivos forrajeros y las hortalizas son los tres subsectores que más aportan a la PVF. La producción de patata fue inferior a la de 2016 (439.000 toneladas) y además los precios fueron ruinosos. El sector continuó con los proble-

mas derivados de la plaga de polilla guatemalteca. Para las hortalizas y los forrajes, el balance del año fue también negativo por la caída importante de las producciones. Entre las frutas destacaron la cosecha de kiwi (un 10% menos que en 2016) y las de pera, manzana y manzana para sidra, que resultaron mejores, al igual que la de castaña.

Por su parte, en el subsector del vino –otro de los más importantes del agro gallego– se alcanzó una producción de algo más de 428.000 hectolitros de vino y mosto (la mayor parte vino), un volumen superior al producido en el año 2016.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, las exportaciones totalizaron un valor de 3.013 millones de euros, el 6,4% del total nacional y un 8,9% más que en 2016. En el caso de Galicia, el pescado fue un producto determinante en la evolución de las compras exteriores. ●

#### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE GALICIA

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	23,7
MAÍZ	113
KIWI	11
MANZANAS DE MESA	57,6
MANZANAS DE SIDRA	66
PATATAS	438,9
TOMATES	93,1
PIMIENTOS	73
NABOS	66,5
JUDÍAS VERDES	45,9
CEBOLLAS	35
CASTAÑAS CÁSCARA	151,3
VINOS Y MOSTOS	428 (miles de hectolitros)
CARNE DE AVES	197,3
CARNE DE CONEJO	13,9
CABAÑA BOVINA	941 (Miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	56,2 (Miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1.097 (Miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	207 (Miles de cabezas)
LECHE DE VACA	2.661

FUENTE: MAPA



## PESCA

La flota está compuesta por 4.534 embarcaciones (48,7% del total nacional), con un arqueo de 145.362 GT, una potencia de 380.088 CV y una eslora promedio de 8,8 metros. La antigüedad media de todos estos buques es de 33 años. La flota pesquera gallega es la octava más numerosa de toda la Unión Europea. La pesca fresca desembarcada en los puertos de esta comunidad autónoma llega hasta las 212.780 toneladas, por un valor de casi 508,7 millones de euros. Las principales especies capturadas en valor son merluza (142,2 millones de euros), rape (44,4 millones de euros), gallo (32,2 millones de euros), almeja japonesa (28 millones de euros) y jurel (22,7 millones de euros). Las producciones acuícolas gallegas son también muy importantes y llegaron hasta las 250.140 toneladas en el último ejercicio. Destacan las producciones de mejillón (239.260 t.), rodaballo (7.210 t.), almeja japonesa (1.260 toneladas), berberecho (770 t.) y ostra (360 t.). En Galicia se encuentran en actividad 65 empresas conserveras que generan

unos 11.950 puestos de trabajo. En esta comunidad autónoma hay 82 puertos pesqueros, entre los que destaca el de Vigo, 63 cofradías de pescadores y otras tantas lonjas para la venta de pescado. Las cofradías de pescadores gallegas tienen más de 12.730 afiliados, de los que 4.300 son empresas y más de 8.420 trabajadores. El sector pesquero en Galicia aporta el 2,1% del PIB de la comunidad autónoma y el 3,2% del empleo, aunque hace treinta años esos porcentajes eran todavía mucho más importantes (4,7% y 3,8% respectivamente). ○



## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Galicia hay en torno a unas 1.500 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 28.500 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 5.200 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 7.100 millones de euros.

La industria alimentaria de Galicia representa el 5,1% del total nacional de empresas, el 7,8% de todas las personas ocupadas en este sector, el 7,6% de la compra de materias primas y cerca del 7,3% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Galicia son industria del pescado, con un 36% del total, industrias cárnicas, con un 16,2%, y productos lácteos, con un 14,6% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector en Galicia es el de industria del pescado, con el 35% del total, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (24,1%), industrias cárnicas (11,7%), y productos lácteos, con cerca del 7% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GALICIA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	7.123
Industria cárnica	1.156
Industria del pescado	2.562
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	35
Aceites y grasas	168
Productos lácteos	1.042
Molinería y almidones	36
Panadería y pastas alimenticias	315
Azúcar, café, infusiones y confitería	83
Otros productos diversos	329
Productos alimentación animal	789
Vinos	134
Bebidas espirituosas	15
Otras bebidas alcohólicas	280
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	181

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Galicia tiene 2.710.000 habitantes y 29.574 km<sup>2</sup> de extensión, un 5,8% de la población y también cerca de un 6% del territorio sobre el total nacional. A Coruña y Pontevedra concentran el mayor volumen de población. El poder de compra de los consumidores gallegos, tomando como referencia el gasto medio por persona, se sitúa 6 puntos por debajo de la media nacional.

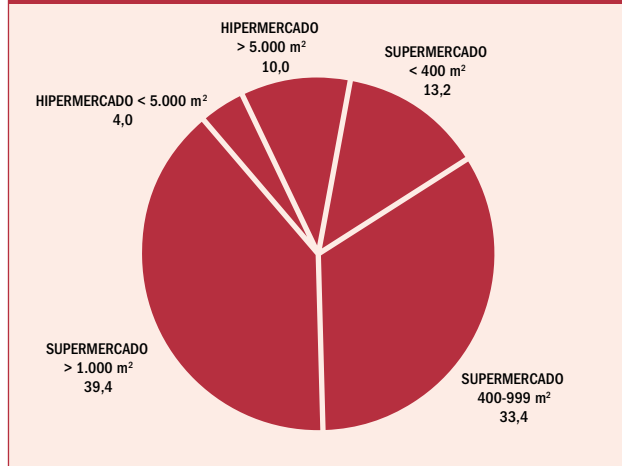
En Galicia hay 6.232 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. A Coruña tiene el 40,2%; Pontevedra, el 35,3%; Lugo, el 12,7%; y Ourense, el 11,8%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.366 supermercados y 40 hipermercados, con un total de 926.585 m<sup>2</sup>, que suponen una densidad comercial de 342,7 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 3.097, un 7,4% sobre el total nacional. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	36.924	6.232	616	497	253	40	3.097
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,4	5,6	5,3	8,3	6,4	8,3	7,4



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN GALICIA (%)



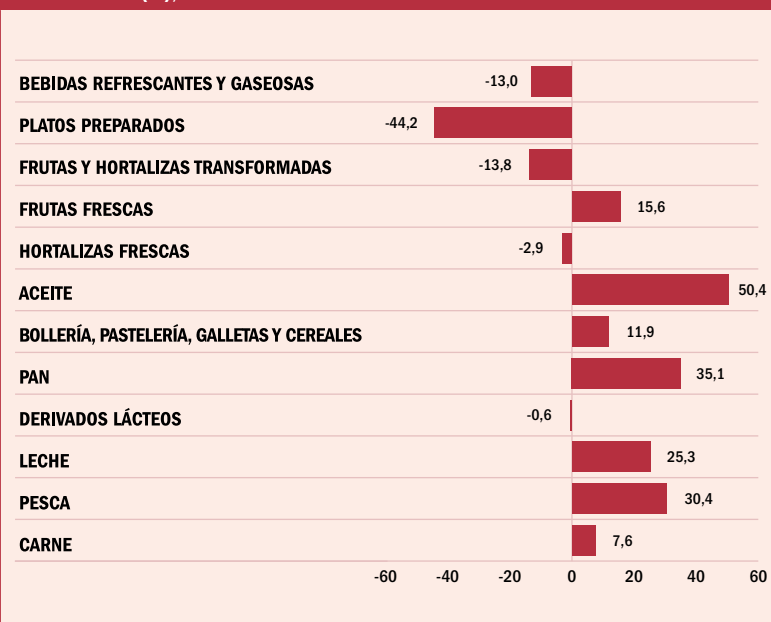
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017 Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.599 euros (un 8,1% superior a la media nacional). Carne (20,2%), pescado (14,9%), frutas frescas (10,2%), derivados lácteos (7,7%), pan (6,8%), hortalizas frescas (6,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,7	1,5	29,3
CARNE	323,7	20,2	3,9
PESCA	237,9	14,9	21,0
LECHE	59,6	3,7	23,1
DERIVADOS LÁCTEOS	122,5	7,7	0,0
PAN	108,1	6,8	38,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	67,2	4,2	10,5
CHOCOLATES Y CACAOS	34,6	2,2	40,4
ACEITE	49,3	3,1	40,2
VINO	24,0	1,5	9,0
CERVEZAS	17,2	1,1	-23,8
ZUMO Y NÉCTAR	7,1	0,4	-25,2
PATATAS	28,6	1,8	22,4
HORTALIZAS FRESCAS	97,7	6,1	-0,6
FRUTAS FRESCAS	163,5	10,2	21,4
FRUTOS SECOS	25,0	1,6	13,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,0	1,6	-7,8
PLATOS PREPARADOS	33,5	2,1	-41,3
CAFÉS E INFUSIONES	23,7	1,5	-5,1
AGUA MINERAL	9,4	0,6	-26,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,0	1,8	-16,3
OTROS PRODUCTOS	88,5	5,5	-6,4
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.599,0</b>	<b>100,0</b>	<b>8,1</b>

## DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
18 litros de leche líquida	18 litros de agua mineral
14 kilos de frutas frescas	7 litros de cerveza
12 kilos de pan fresco y congelado	6 kilos de platos preparados
7 kilos de pescado	5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
7 kilos de patatas	5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
6 unidades de huevos	2 litros de zumo y néctar
6 litros de aceite	2 kilos de hortalizas frescas
5 kilos de pescado fresco	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
4 kilos de carne	2 litros de batidos de leche
3 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de carne de pollo
2 kilos de harinas y sémolas	1 kilo de pan industrial
1 litro de vinos sin Denominación de Origen	1 kilo de encurtidos
	1 kilo de queso fresco

En comparación con la media nacional, los consumidores de Galicia cuentan con un gasto superior en chocolates y cacao (40,4%), aceite (40,2%), pan (38,4%) y huevos (29,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-41,3%), agua mineral (-26,1%), zumos y néctares (-25,2%), cervezas (-23,8%)

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Galicia consumió 140 huevos, 51,2 kilos de carne, 30,9 kilos de pescado, 87,6 litros de leche, 35 kilos de derivados lácteos, 43,9 kilos de pan, 17,6 litros de aceite, 11,6 litros de cerveza, 53,8

kilos de hortalizas frescas, 106,9 kilos de frutas frescas, 7,7 kilos de platos preparados, 43,3 litros de agua embotellada y 36,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Galicia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (50,4%), pan (35,1%), pescado (30,4%), leche (25,3%) y frutas frescas (15,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-44,2%), frutas y hortalizas transformadas (-13,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (-13%), hortalizas frescas (-2,9%) y derivados lácteos (-0,6%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 19.093 locales, lo que supone un 6,9% sobre el conjunto de España. A Coruña cuenta con un 42,3%; Pontevedra, un 33,0%; Lugo, un 12,1%; y Ourense, un 12,6%. El equipamiento en restaurantes, bares y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el quinto y el séptimo puesto. ○

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	19.093	3.857	14.571	665	61.245
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,9	5,0	7,9	4,0	4,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## 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

AUGARDENTE DE GALICIA (ORUJO DE GALICIA)  
 AUGARDENTE DE HERBAS DE GALICIA  
 (AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA)  
 LICOR DE HERBAS DE GALICIA  
 (LICOR DE HIERBAS DE GALICIA)  
 LICOR CAFÉ DE GALICIA



## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

LACÓN GALLEGO  
 TERNERA GALLEGA  
 VACA Y BUEY DE GALICIA\*\*\*\*  
 CAPÓN DE VILALBA

## MIEL

MEL DE GALICIA (MIEL DE GALICIA)

## HARINAS Y PANES

PAN DE CEA  
 TARTA DE SANTIAGO

## HORTALIZAS

GRELOS DE GALICIA ◊  
 PATACA DE GALICIA (PATATA DE GALICIA) ◊  
 PEMENTO DA ARNOIA ◊  
 PEMENTO DO COUTO ◊  
 PEMENTO DE OIMBRA ◊  
 PEMENTO DE MOUGÁN ◊

## FRUTAS

CASTAÑA DE GALICIA

## LEGUMBRES

FABA DE LOURENZÁ

## VINOS

RIBEIRAS DO MORRAZO

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

## VINOS DE LA TIERRA

BETANZOS  
 VAL DO MIÑO-OURENSE (VALLE DEL MIÑO-OURENSE)  
 BARBANZA E IRIA

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA (CRAEGA)

\*\*\*\* Protección Nacional Transitoria

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de las Islas Baleares alcanzó en 2017 un valor de 245 millones de euros. De esta cantidad, cerca de 140 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 80 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). El resto de las aportaciones a la PFA proceden de otras producciones agrarias y del sector de los servicios agrarios, que en total suponen unos 25 millones de euros, de acuerdo con las estimaciones.

Los consumos intermedios unidos a las amortizaciones y deducidas las subvenciones no vinculadas a productos agrarios arrojan una cifra que, restada del valor de la Producción Agraria, supone un monto de unos 72 millones de euros, correspondientes a la Renta Agraria generada por el sector.

Aunque su aportación a la renta agraria regional es mucho menor, el balance del año fue mejor para el sector ganadero que para el agrícola. Debido a su condición insular, en las islas hay producciones de todas las cabañas ganaderas.

La producción regional de leche de vaca en 2017 fue de 52.000 toneladas, el 0,8% del total nacional y un volumen inferior al producido en Baleares un año antes. Con la leche de las vacas se producen quesos, entre los que destacan los amparados por la Denominación de Origen Mahón-Menorca, que es el alimento de calidad de Baleares más demandado. En 2017 aumentó la producción y la comercialización, que superó las 2.560 toneladas (un 2,7% más). Además de leche de vaca, también se produce leche de oveja y de cabra.

En cuanto a la agricultura, los efectos de la sequía por segundo año consecutivo pasaron factura a las producciones, aunque no todas las cosechas fueron peores. Así, en cereales sí se produjo una caída de la producción, especialmente en trigo que había recuperado posiciones en el año 2016. Entre la producción de hortalizas el balance fue malo para producciones como el tomate o el pimiento. Por su lado, la cosecha de patata resultó mucho mejor que la del año precedente y 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. Otra producción agrícola que también está creciendo es la de alcaparra.

Por su lado, tras el récord alcanzado en el año 2016 el sector vitivinícola sufrió una caída importante. Los pro-

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE ISLAS BALEARES

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2016
TRIGO	8,3
CEBADA	35
MAÍZ	0,7
SANDÍAS	12,3
MELONES	5,3
NARANJAS	11
ALMENDRA CÁSCARA	6,2
PATATAS	57,1
TOMATES	14
CEBOLLAS	3,5
PIMIENTO	2,5
ACEITE DE OLIVA	1
VINOS Y MOSTOS	48,7 (miles de hl)
CARNE DE AVES	0,2
CABAÑA BOVINA	27,6 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	290 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	14,2 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	51 (miles de cabezas)
LECHE DE VACA	55

FUENTE: MAPA

ductores de vino elaboraron 48,7 millones de hectolitros, frente a los casi 54 millones del año anterior. De esta producción, que mayoritariamente está amparada por una marca de calidad diferenciada, casi el 45% fueron vinos tintos. A pesar de que la producción del año fue menor, las exportaciones de vinos durante 2017 evolucionaron positivamente.

Con respecto al olivar, la elaboración de aceite (campana 2017/2018) ascendió a casi 1.000 toneladas, un volumen muy superior al de la campana anterior. Buena parte de este aceite se comercializa con el sello de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Oli de Mallorca, cuyas ventas aumentan de año en año.

En cuanto al comercio exterior, en 2017 las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 88,7 millones de euros, el 0,2% del total nacional y un 12,3% menos que en el año anterior. Al igual que sucediera en años anteriores, en 2017 aumentaron las ventas de vino, aceite y licores. ●

## PESCA

La flota pesquera de las Islas Baleares está compuesta por 347 embarcaciones (3,7% del total español), con un arqueo de 3.408 GT, una potencia de 26.020 CV y una eslora media de 9,7 metros. La antigüedad media de la flota es de 35 años. Las capturas desembarcadas por esta flota superan las 3.175 toneladas. La mayoría son peces, con más de 2.500 toneladas, unas 350 son moluscos y 240 crustáceos. Dentro de los peces, destacan sobre todo las especies de roca. El valor de toda esta producción ronda los 20 millones de euros, con una clara tendencia a la baja. Las producciones acuícolas son poco importantes y sólo se registran algunas pequeñas partidas de carpa en la continental, y de escupiña y mejillón en la marina. Trabajan en los establecimientos acuícolas de Baleares unas 200 personas. En Islas Baleares hay cinco puertos pesqueros (Alcudia, Eivissa, Palma, Maó y la Savina). ○



## VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	506
Industria cárnica	54
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	2
Aceites y grasas	2
Productos lácteos	81
Molinería y almidones	15
Panadería y pastas alimenticias	105
Azúcar, café, infusiones y confitería	14
Otros productos diversos	57
Productos alimentación animal	16
Vinos	23
Bebidas espirituosas	28
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	107

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

*La flota pesquera de las Islas Baleares está compuesta por 347 embarcaciones (3,7% del total español), con un arqueo de 3.408 GT, una potencia de 26.020 CV y una eslora media de 9,7 metros*

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En las Islas Baleares hay aproximadamente 1.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 4.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 300 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 500 millones de euros. La industria alimentaria de las Islas Baleares representa el 3,4% del total nacional de empresas, el 1,1% de todas las personas ocupadas en este sector, el 0,5% de la compra de materias primas y el 0,5% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de las Islas Baleares son aguas embotelladas y bebidas aromatizadas, con cerca de un 21% del total, pan, pastelería y pastas alimenticias, con un 20,7%, y productos lácteos, con un 10% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelería y pastas alimenticias con el 37% del total, seguido a distancia de la industria cárnica (14%), productos lácteos (11,5%), y vinos, con cerca del 9% del total. ○

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La comunidad autónoma de Islas Baleares cuenta con 1.161.000 habitantes y cerca de 5.000 km<sup>2</sup> de superficie, un 2,5% y un 1% sobre el total nacional, respectivamente. Además, tiene una notable actividad turística: se registran en torno a 59,5 millones de pernoctaciones anuales. El poder de compra de las familias de Islas Baleares, en función

del gasto medio por persona, es superior a la media nacional (casi un 10%)

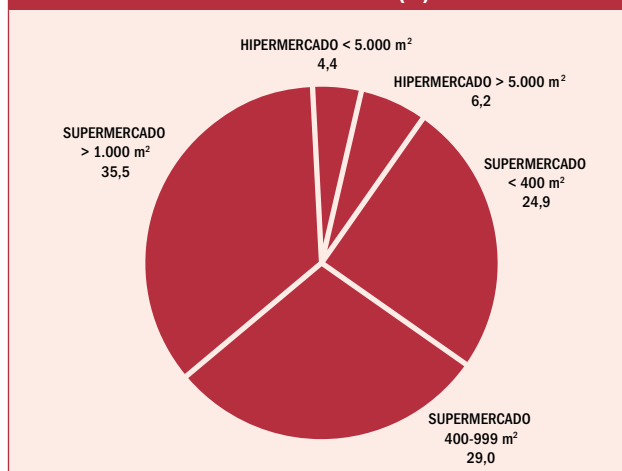
En Islas Baleares hay 1.932 locales para actividades de distribución alimentaria. Se contabilizan 650 supermercados y 12 hipermercados, que suman 346.172 m<sup>2</sup>. La densidad comercial se sitúa en 298,3 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 1.186 un 2,8% sobre el total nacional. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
BALEARES	14.149	1.932	381	164	93	12	1.186
BALEARES/ESPAÑA (%)	2,5	1,7	3,3	2,8	2,4	2,5	2,8



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN ISLAS BALEARES (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

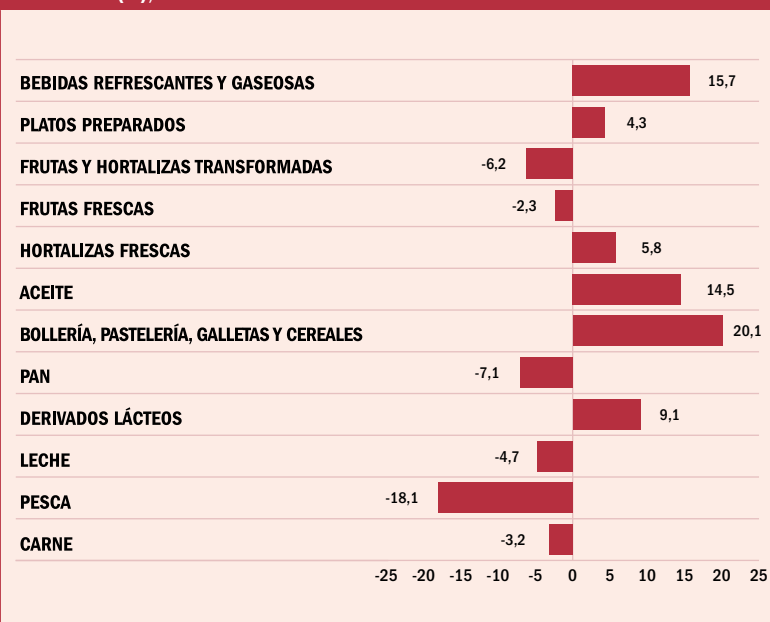
Durante el año 2017 en las Islas Baleares se registró un gasto per cápita en alimentación de 1.551,2 euros (un 4,8% superior a la media nacional). Carne (18,6%), pescado (10,9%), frutas frescas (9,3%), derivados lácteos (9,1%), hortalizas frescas (7,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,9%) y pan (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ISLAS BALEARES (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,5	1,2	0,6
CARNE	288,4	18,6	-7,4
PESCA	169,4	10,9	-13,9
LECHE	46,1	3,0	-4,9
DERIVADOS LÁCTEOS	141,8	9,1	15,7
PAN	70,4	4,5	-9,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	75,5	4,9	24,1
CHOCOLATES Y CACAOS	26,2	1,7	6,4
ACEITE	41,3	2,7	17,5
VINO	38,7	2,5	75,6
CERVEZAS	24,9	1,6	10,7
ZUMO Y NÉCTAR	11,4	0,7	19,8
PATATAS	24,6	1,6	5,5
HORTALIZAS FRESCAS	110,8	7,1	12,7
FRUTAS FRESCAS	144,3	9,3	7,2
FRUTOS SECOS	26,4	1,7	19,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,7	1,7	-8,7
PLATOS PREPARADOS	61,4	4,0	7,5
CAFÉS E INFUSIONES	32,0	2,1	28,4
AGUA MINERAL	25,1	1,6	96,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	42,3	2,7	26,4
OTROS PRODUCTOS	105,9	6,8	12,0
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.551,2</b>	<b>100,0</b>	<b>4,8</b>

## DESVIACIÓN DE ISLAS BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ISLAS BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
58 litros de agua mineral	4 kilos de pescado
4 litros de vino	3 litros de leche
3 kilos de derivados lácteos	2 kilos de pan
3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	2 kilos de carne
3 kilos de hortalizas frescas	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas
2 kilos de carne de pollo	1 kilo de yogurt
1 kilo de queso	1 kilo de legumbres
1 kilo de helados y tartas	1 litro de vinos sin Denominación de Origen
1 kilo de arroz	1 kilo de salsas
1 kilo de pastas alimenticias	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 kilo de azúcar	1 kilo de pan industrial
1 litro de aceite de oliva	1 kilo de carne de cerdo

En comparación con la media nacional, los consumidores de las Islas Baleares cuentan con un gasto superior en agua mineral (96,6%), vino (75,6%), cafés e infusiones (28,4%) y bebidas refrescantes y gaseosas (26,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-13,9%), pan (-9,9%), frutas y hortalizas transformadas (-8,7%) y leche (-4,9%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Islas Baleares consumió 135 huevos, 46,1 kilos de carne, 19,4 kilos de pescado, 66,6 litros de leche, 38,4 kilos de derivados lácteos, 30,2 kilos de pan, 13,4 litros de aceite, 19,3 litros de cerveza, 58,6 kilos de hortalizas frescas, 90,4 kilos

de frutas frescas, 14,4 kilos de platos preparados, 118,9 litros de agua embotellada y 48 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Islas Baleares se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales (20,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (15,7%), aceite (14,5%), derivados lácteos (9,2%) y hortalizas frescas (5,8%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-18,1%), pan (-7,1%), frutas y hortalizas transformadas (-6,2%), leche (-4,7%) y frutas frescas (-2,3%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Para los servicios de restauración y bares hay 9.243 locales, un 3,3% del total nacional. Islas Baleares es una de las comunidades autónomas que tienen un mayor número de plazas hoteleras: un 13,3% del total de España. ○

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
BALEARES	9.243	4.879	3.821	543	196.340
BALEARES/ESPAÑA (%)	3,3	6,4	2,1	3,3	13,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

BINISSALEM  
PLA I LLEVANT



## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## ACEITES

OLI DE MALLORCA ◊

## ACEITUNAS

OLIVA DE MALLORCA \*

## FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA \*

## QUESOS

MAHÓN-MENORCA ◊



## DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

HERBES DE MALLORCA  
HIERBAS IBICENCAS  
GIN DE MENORCA  
PALO DE MALLORCA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## EMBUTIDOS

SOBRASSADA DE MALLORCA ◊

## GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

ENSAIMADA DE MALLORCA ◊



## VINOS DE LA TIERRA

## VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA  
IBIZA  
ILLES BALEARS  
ISLA DE MENORCA  
MALLORCA  
SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD

## MARCAS DE GARANTÍA

ALMENDRA MALLORQUINA (A)  
AIXÒ ÉS MEL  
ANYELL D'E  
CARNE DE CORDERO (MMS)  
CARNE DE CERDO (PMS)  
CÍTRICS SES MARJADES  
ÉS MEL  
FET NOSTRO  
FLAÓ D'E  
MEL D'M

## MARCA GRÁFICA

TOMÀTIGA DE RAMELLET

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSELL BALEAR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

\* Denominación en tramitación  
◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de La Rioja ascendió en 2017 a 695 millones de euros, un 1,9% más que en el año anterior. De esta cifra, 575 millones de euros fueron aportados por las producciones agrícolas (cuyo valor creció pese a todo un 0,4%) y 110,2 millones de euros por las producciones ganaderas (un 11% más que en 2016). El resto (10 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 449 millones de euros en términos corrientes en 2017, un 2,5% más que en el año anterior.

Dentro de la producción vegetal, el subgrupo que más aporta es el de la uva de vinificación (más del 60% de la PFA). En 2017 el valor generado por este subsector (324 millones de euros) fue superior en un 6,4% al DE 2016.

El año terminó con una producción de 1,67 millones de hectolitros de vino, muy por debajo de la producción del año anterior, de los que casi la totalidad estaban amparados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Rioja.

Dentro de la agricultura riojana, el vino y el aceite de oliva fueron los únicos con resultados mejores que en 2016. La producción de aceite de la campaña 2017/2018 rondó los 2,6 millones de toneladas.

En general, las cosechas de cereal fueron muy inferiores a las del año precedente y lo mismo sucedió con las hortalizas debido a la falta de agua, que también provocó daños en los campos de patata o remolacha. En el grupo de las frutas, la escasez de agua generó cosechas de mala calidad en algunos casos y además hubo problemas con los precios, especialmente en las producciones de hueso (melocotón, albaricoque, ciruela, cereza, etc.).

La campaña de pera se adelantó, pero los rendimientos y calibres fueron aceptables. El cultivo de champiñón, emblemático en La Rioja, siguió dando muestras de mejora durante 2017.

Con respecto al sector ganadero, se registraron subidas generales de los precios lo que hizo posible que todos los subsectores que forman para de la producción tuvieran resultados positivos. La producción de carne generó un valor total de 95 millones de euros, con un crecimiento

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE LA RIOJA

MILES DE TONELADAS	
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	95,1
CEBADA	60
MAÍZ	4,6
REMOLACHA AZUCARERA	130
PERAS	57
MELOCOTONES	10
PATATAS	49
TOMATES	13,6
PIMIENTOS	5,1
ALCACHOFAS	2,4
COLIFLORES	9
CHAMPIÑÓN	68
JUDÍAS VERDES	13,5
ZANAHORIAS	8
ACEITE DE OLIVA	2,6
VINOS Y MOSTOS	1.678 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	45,2(miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	116,6 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	14,2 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	112 (miles de cabezas)
LECHE DE OVEJA	3,5
LECHE DE VACA	20,4

FUENTE: MAPA

del 13,3% respecto al valor que generó en 2016. De todos los subsectores, el que más aportó fue el de la carne de aves (33 millones de euros), seguido del porcino y del vacuno de carne.

Las producciones ganaderas (leche, huevos y otras de origen animal), generaron más de 15 millones de euros en 2017 y de esta cifra, el grueso correspondió a la leche. En la campaña 2017 la producción de leche de vaca rozó las 20.400 toneladas, un volumen de nuevo superior al del año precedente que además se vio acompañado de unos buenos precios para la leche. A este volumen se sumaron otras 3.500 toneladas de leche de oveja (inferior a la producción de 2016) y 1.800 toneladas de leche de cabra (por encima de 2016, al igual que otros años).



Respecto al comercio exterior, se produjo de nuevo una caída de las exportaciones agroalimentarias. Concretamente, el valor de las ventas al exterior ascendió a 692,7 millones de euros, el 1,3% del total nacional y un 1% menos que en 2016. 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. ●



## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En La Rioja hay en torno a unas 1.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 6.700 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 1.050 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 1.800 millones de euros.

La industria alimentaria de La Rioja representa el 3,5% del total nacional de empresas, el 1,8% de todas las personas ocupadas en este sector, el 1,5% de la compra de materias primas y el 1,8% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de La Rioja son vinos, con cerca de un 45% del total, seguido de preparación y conserva de frutas y hortalizas, con un 18,5%, e industrias cárnicas, con un 17,9% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector en La Rioja es el de vinos, con el 39,6% del total, seguido de industrias cárnicas (21,6%), preparación y conserva de frutas y hortalizas (17,4%), y pan, pastelería y pastas alimenticias, con cerca del 9% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	1.781
Industria cárnica	318
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	330
Aceites y grasas	20
Productos lácteos	14
Molinería y almidones	47
Panadería y pastas alimenticias	70
Azúcar, café, infusiones y confitería	82
Otros productos diversos	64
Productos alimentación animal	28
Vinos	797

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

*En La Rioja hay en torno a unas 1.000 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 6.700 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 1.050 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 1.800 millones de euros*



## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km<sup>2</sup> y tiene 313.000 habitantes. Logroño cuenta con más de la mitad de la población. El poder de compra de los habitantes de esta comunidad autónoma, tomando como referencia el gasto medio por persona, es similar a la media nacional.

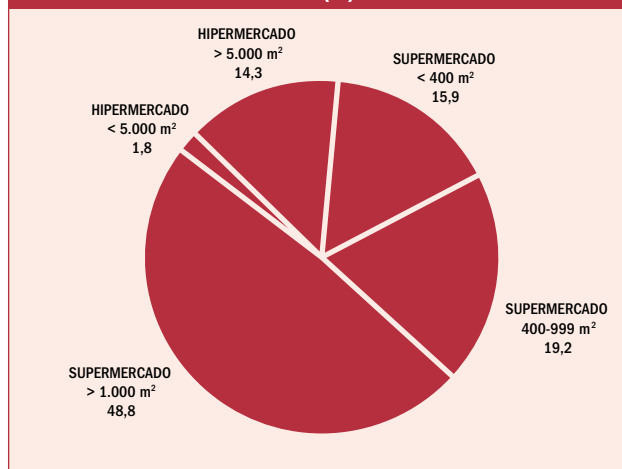
En esta comunidad hay 4.069 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 893. La Rioja cuenta con 135 supermercados, 4 hipermercados y 187 actividades de comercio ambulante o mercadillos. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	4.069	893	76	27	32	4	187
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,8	0,7	0,5	0,8	0,8	0,4



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA RIOJA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

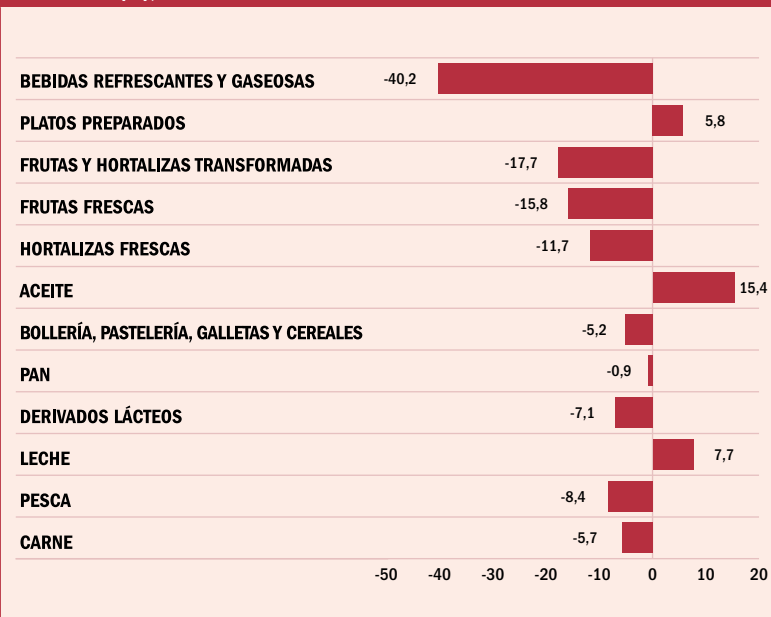
Durante el año 2017 La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.345 euros (un 9,1% inferior a la media nacional). Carne (22,6%), pescado (13,9%), frutas frescas (8,4%), derivados lácteos (8,1%), hortalizas frescas (6,9%), pan (5,8%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de La Rioja cuentan con un gasto superior en aceite

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,7	1,4	1,7
CARNE	303,7	22,6	-2,5
PESCA	186,5	13,9	-5,2
LECHE	52,2	3,9	7,8
DERIVADOS LÁCTEOS	109,5	8,1	-10,6
PAN	77,7	5,8	-0,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	50,3	3,7	-17,4
CHOCOLATES Y CACAOS	26,6	2,0	7,8
ACEITE	40,7	3,0	15,6
VINO	13,6	1,0	-38,2
CERVEZAS	16,4	1,2	-27,3
ZUMO Y NÉCTAR	8,1	0,6	-15,3
PATATAS	15,9	1,2	-31,9
HORTALIZAS FRESCAS	92,9	6,9	-5,5
FRUTAS FRESCAS	112,6	8,4	-16,4
FRUTOS SECOS	17,5	1,3	-20,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,8	1,9	-8,6
PLATOS PREPARADOS	46,5	3,5	-18,5
CAFÉS E INFUSIONES	21,8	1,6	-12,7
AGUA MINERAL	10,3	0,8	-19,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	20,8	1,5	-37,9
OTROS PRODUCTOS	77,0	5,7	-18,5
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.345,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-9,1</b>

## DESVIACIÓN DE LA RIOJA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



### CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
7 litros de leche desnatada	18 litros de agua mineral
6 unidades de huevos	17 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
5 litros de leche esterilizada	15 kilos de frutas frescas
5 litros de leche líquida	11 kilos de patatas
1 kilo de carne de conejo	7 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carne de ovino/caprino	5 litros de cerveza
1 kilo de despojos de carne	4 litros de leche semidesnatada
1 litro de batidos de yogur	3 kilos de carne
1 kilo de azúcar	2 kilos de pescado
1 litro de aceite de oliva	3 kilos de derivados lácteos
1 kilo de platos preparados	2 litros de batidos de leche
1 kilo de pan industrial	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
	2 kilos de carne transformada

(15,6%), leche (7,8%), chocolates y cacao (7,8%) y huevos (1,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-38,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-37,9%), patatas (-31,9%) y cervezas (-27,3%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en La Rioja consumió 139 huevos, 44,9 kilos de carne, 21,7 kilos de pescado, 75,3 litros de leche, 32,7 kilos de deri-

vados lácteos, 32,2 kilos de pan, 13,5 litros de aceite, 13,2 litros de cerveza, 48,9 kilos de hortalizas frescas, 77,9 kilos de frutas frescas, 14,6 kilos de platos preparados, 43,3 litros de agua embotellada y 24,8 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 (15,4%), leche (7,7%), y platos preparados (5,8%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-40,2%), frutas y hortalizas transformadas (-17,7%), frutas frescas (-15,8%), hortalizas frescas (-11,7%) y pescado (-8,4%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.917, un 0,7% sobre el total nacional. La participación del equipamiento de la Rioja en el conjunto de restaurantes y hoteles resulta ser la menor en el conjunto del país. ○

### HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA RIOJA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
LA RIOJA	1.917	414	1.441	62	6.233
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,5	0,8	0,4	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## 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

CAMELOS

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 CC AA  
DOCa: Denominación de Origen Calificada  
☉ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria de Navarra en 2017 se aproximó a 595 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.

La Producción Final Agraria (PFA) de Navarra alcanzó en 2017 un valor superior a 1.145 millones de euros, de los que unos 572 correspondieron a la aportación del sector agrícola (Producción Final Vegetal, PFV), 491 al ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) y el resto a las aportaciones del sector silvícola y de los servicios.

Dentro de la agricultura, el cultivo del cereal es el que ocupa una mayor superficie y en el año 2017 tuvo malos resultados debido a la escasez de agua. El otro gran cultivo por super-

ficie ocupada son las hortalizas, cuyo balance en 2017 fue mejor gracias a la subida media de los precios. Todo lo contrario sucedió con las frutas, especialmente con las de hueso, que vieron caer sus precios y hundieron la rentabilidad de muchas explotaciones.

Además de cereal, frutas y hortalizas, la agricultura navarra cuenta también con producciones importantes de oleaginosas, forrajes y vino.

La producción de uva de vinificación fue inferior y al finalizar la vendimia se habían producido 646.000 hectolitros de vino y mosto, un 18% menos que un año antes, de los que la mayor parte correspondió a vinos con Denominación de Origen. Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el aceite, que saldó la campaña 2017/2018 con resultados positivos, pues se produjeron 5.900 toneladas, unas 1.700 toneladas más.

Con respecto al sector ganadero, en el balance del año destacó la caída de nuevo del censo de ovino, frente a la recuperación de la cabaña caprina y bovina. Los precios de todas las producciones cárnicas fueron mejores que un año antes.

Asimismo, aumentó la producción de leche de oveja –con un total de 11.000 toneladas–, y disminuyó ligeramente la de vaca, que ascendió a 246.000 toneladas.

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, en 2017 las exportaciones crecieron un 16% respecto al año anterior, alcanzando un valor de 1.294 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. ●

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE NAVARRA	
	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	351,8
CEBADA	353
MAÍZ	147
ARROZ CÁSCARA	12
REMOLACHA AZUCARERA	33
GIRASOL	7
MELOCOTONES	12,5
PATATAS	12,7
TOMATES	148
PIMIENTOS	43,2
BRÓCOLI	84
ALCACHOFAS	16,4
COLIFLORES	35
CEBOLLAS	16,8
ACEITE DE OLIVA	5,9
VINOS Y MOSTOS	646 (miles de hl)
CABAÑA BOVINA	122,3 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	498 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	13 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	650 (miles de cabezas)
LECHE DE OVEJA	11,9
LECHE DE VACA	246

FUENTE: MAPA





## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En Navarra hay unas 1.500 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 12.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 2.100 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 3.000 millones de euros. La industria alimentaria de Navarra representa el 5% del total nacional de empresas, el 3,3% de todas las personas ocupadas en este sector, el 3,1% de la compra de materias primas y el 3% del valor total de ventas de productos. Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de Navarra son preparación y conservación de frutas y hortalizas, con cerca de un 35% del total, la industria cárnica, con un 18,4%, y productos de alimentación animal, con un 9,1% del total. En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de preparación y conservación de frutas y hortalizas, con el 37% del total, seguido de pan, pastelería y pastas alimenticias (19%), industrias cárnicas (13,6%), y vinos, con el 7,5% del total. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN NAVARRA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	2.988
Industria cárnica	551
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	1.052
Productos lácteos	120
Molinería y almidones	138
Panadería y pastas alimenticias	141
Azúcar, café, infusiones y confitería	36
Otros productos diversos	202
Productos alimentación animal	271
Vinos	196
Bebidas espirituosas	41
Otras bebidas alcohólicas	65
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	125

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

*La industria alimentaria de Navarra representa el 5% del total nacional de empresas, el 3,3% de todas las personas ocupadas en este sector, el 3,1% de la compra de materias primas y el 3% del valor total de ventas de productos*





## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Navarra tiene 645.000 habitantes y una superficie de 9.801 km<sup>2</sup>, 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 un 15,5% superior a la media nacional. En Navarra hay 1.747 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimentación. Esta comunidad cuenta con 367 supermercados y 10 hipermercados –estos 377 establecimientos suponen 197.255 m<sup>2</sup> que

generan una densidad comercial de 307,6 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 537, un 1,3% del total nacional. ○

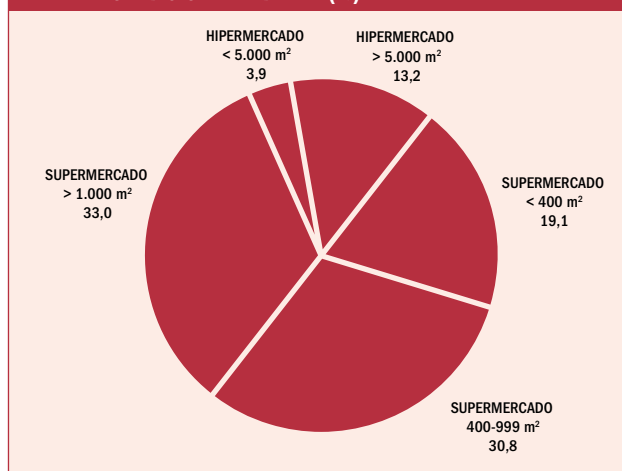


### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	7.821	1.747	225	95	47	10	537
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,4	1,6	1,9	1,6	1,2	2,1	1,3



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN NAVARRA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

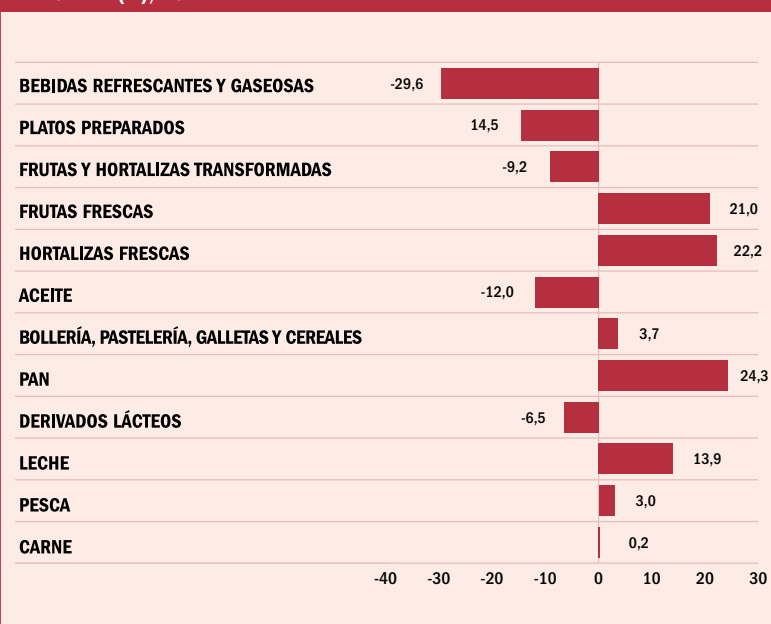
Durante el año 2017 Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 1.559,3 euros (un 5,4% superior a la media nacional). Carne (21%), pescado (13,2%), frutas frescas (10,7%), hortalizas frescas (7,6%), derivados lácteos (7,3%),



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,0	1,3	8,7
CARNE	327,9	21,0	5,3
PESCA	205,2	13,2	4,3
LECHE	56,3	3,6	16,1
DERIVADOS LÁCTEOS	114,1	7,3	-6,9
PAN	106,4	6,8	36,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	62,8	4,0	3,2
CHOCOLATES Y CACAOS	27,4	1,8	11,2
ACEITE	32,7	2,1	-7,1
VINO	20,1	1,3	-8,7
CERVEZAS	17,0	1,1	-24,5
ZUMO Y NÉCTAR	9,2	0,6	-3,9
PATATAS	26,2	1,7	12,0
HORTALIZAS FRESCAS	119,2	7,6	21,3
FRUTAS FRESCAS	166,6	10,7	23,8
FRUTOS SECOS	17,5	1,1	-20,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,0	1,9	3,0
PLATOS PREPARADOS	50,7	3,2	-11,2
CAFÉS E INFUSIONES	26,7	1,7	6,9
AGUA MINERAL	5,5	0,4	-57,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	27,2	1,7	-18,7
OTROS PRODUCTOS	91,6	5,9	-3,1
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.559,3</b>	<b>100,0</b>	<b>5,4</b>

## DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



### CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
19 kilos de frutas frescas	35 litros de agua mineral
19 unidades de huevos	12 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
12 kilos de hortalizas frescas	6 litros de cerveza
10 litros de leche esterilizada	2 kilos de pan industrial
10 kilos de pan fresco y congelado	2 kilos de queso
10 litros de leche líquida	2 kilos de derivados lácteos
2 kilos de carne fresca	1 litro de vinos y derivados
1 kilo de legumbres	1 litro de aceite
1 kilo de azúcar	1 kilo de pastas alimenticias
1 kilo de helados y tartas	1 kilo de arroz
1 litro de leches fermentadas	1 kilo de carne transformada
1 kilo de pescado	1 kilo de yogurt

pan (6,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Navarra cuentan con un gasto superior en pan (36,2%), frutas frescas (23,8%), hortalizas frescas (21,3%) y leche (16,1%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-57,1%), cervezas (-24,5%), frutos secos (-20,5%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-18,7%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en Navarra consumió 153 huevos, 47,7 kilos de carne, 24,4 kilos de pescado, 79,6 litros de leche, 32,9 kilos de derivados lácteos, 40,4 kilos de pan, 10,3 litros de aceite, 12,9 litros

de cerveza, 67,7 kilos de hortalizas frescas, 111,9 kilos de frutas frescas, 11,8 kilos de platos preparados, 26,6 litros de agua embotellada y 29,2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Navarra se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pan (24,3%), hortalizas frescas (22,2%), frutas frescas (21%), leche (13,9%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-29,6%), platos preparados (-14,5%), aceite (-12%), frutas y hortalizas transformadas (-9,2%) y derivados lácteos (-6,5%). ○



### HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Navarra, hay 2.940 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	2.940	727	2.101	112	11.138
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,1	1,0	1,1	0,7	0,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

**DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA**

**DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**

**VINOS**

- NAVARRA ◊
- RIOJA (DOCa) \*\*/◊
- CAVA \*\*/◊
- PAGO ARÍNZANO ◊
- PAGO OTAZU ◊
- PRADO DE IRACHE ◊
- FINCA BOLARDIN
- LARRAINZAR

**MARCAS DE CALIDAD**

- ALIMENTOS ARTESANOS
- PRODUCCIÓN INTEGRADA

**MARCA DE GARANTÍA**

- REYNO GOURMET

**AGRICULTURA ECOLÓGICA**

- CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA



**DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**

**QUESOS**

- IDIAZÁBAL \*\*/◊
- RONCAL ◊

**ACEITES**

- ACEITE DE NAVARRA ◊

**HORTALIZAS**

- PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA ◊



**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







# Ongi jateak mesede egiten digu Comer bien nos hace mejores



Goi-mailako  
elikagaiak

Alimentos de  
calidad superior

Ongi jatea ez da soilik kalitatezko elikagaiak aukeratzea. Ongi jatea gure baserritar, abeltzain, arrantzale eta elikagai industriari bultzada ematea ere bada. Era jasangarrian jaki naturalak ekoitz ditzaten gure ingurune eta ekonomiarekin bat.

Horixe da ongi jatea!

Comer bien no sólo consiste en seleccionar alimentos de calidad. Comer bien también es impulsar a quienes trabajan en la agricultura, la ganadería, la pesca o la industria alimentaria para que continúen produciendo de manera sostenible, creando alimentos compatibles con el entorno y la economía.

¡Eso es comer bien!



**hazi**  
LANDA, ITSASERTZ ETA ELIKAGAIEN SUSTAPENA  
DESARROLLO RURAL, LITORAL Y ALIMENTARIO

*Euskadi, auzolana, bien común*



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO



## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en el País Vasco subió en 2017 un 1,9% en términos corrientes con respecto a 2016. La Producción Final Agraria (PFA) aumentó un 0,5%, gracias al crecimiento del 4% en la producción ganadera, pues la producción agrícola disminuyó un 1,6%.

La PFA alcanzó un valor de 546 millones de euros, como suma de la Producción Vegetal Final (PFV), que fue de 292 millones de euros, de la Producción Final Ganadera (185 millones de euro), de la producción forestal (que creció hasta alcanzar un valor de 50 millones de euros) y del grupo de otras producciones y servicios, que sumaron 19 millones de euros.

Asimismo, el valor de los consumos intermedios (gastos) en 2016 aumentó un 1,1%. Durante el 2017, las subvenciones totales a la explotación se redujeron un 3,2%, bajando, a pesar de ello, su representatividad con respecto a la renta agraria total: 19% en 2017 frente al 19,8% en 2016.

Con todos estos datos, la Renta Agraria resultante tuvo un valor de 330,7 millones de euros.

Dentro de la PVF, el sector que más aportó fue el viñedo, con casi 118,5 millones de euros en 2017. El segundo sector en importancia fue el de las hortalizas y el tercero el de los cereales. El balance, a efectos de calcular la renta agraria regional, fue malo para el cereal y peor que un año antes para el viñedo y la patata. En concreto, la cosecha de patata de Alava se incrementó un 25% debido al aumento de superficie (12%) y de rendimientos (11%). También se incrementó la producción de manzana de sidra (un 134%) y la producción de girasol (un 47%).

En cuanto al vino, se produjo una reducción del 28% de la uva vendimiada en la zona amparada por la DOC Rioja, así como también en la cosecha que se destina a la elaboración de txakoli. También fue peor la producción de hortalizas (descendió un 3% por los golpes de calor en primavera) y la de legumbres como la alubia.

Con respecto a las producciones ganaderas, los tres subsectores que más aportan a la PFA son carne de vacuno, leche de vaca y huevos. En 2017 subieron los censos de vacuno de leche, vacuno de carne, cerdos y caprino. Por el contrario, bajó casi un 2% el censo de ovino.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, en 2017 hubo un cambio de tendencia y las ventas se recuperaron. En concreto, las exportaciones totalizaron un valor de 944,5 millones de euros, el 2% del total nacional y un 2,7% más que en 2016. ●

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE EL PAÍS VASCO

	MILES DE TONELADAS
PRODUCTO	AÑO 2017
TRIGO	143,7
CEBADA	63,6
MAÍZ	0,5
AVENA	31,3
NUEZ	0,5
MANZANAS DE MESA	1,2
MANZANAS DE SIDRA	9
KIWI	1,8
PATATAS	70
VINOS Y MOSTOS	594 (miles de hl.)
CABAÑA BOVINA	137,4 (Miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	27,4 (Miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	34,9 (Miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	239 (Miles de cabezas)
LECHE DE VACA	175,7
LECHE DE OVEJA	2,9

FUENTE: MAPA



## PESCA

La flota pesquera vasca está compuesta por 201 embarcaciones (el 2,1% del total español), con un arqueo total de 68.887 GT, una potencia de 157.180 CV y una eslora promedio de 28,1 metros. La antigüedad media de todos estos buques es de 16 años. Es la flota con la mayor eslora promedio y la más joven de toda España. Las especies subastadas en las lonjas de bajura de la comunidad alcanzan las 45.880 toneladas, por un valor de 67,9 millones de euros. La principal partida comercializada es la de anchoa (11.860 ton y 20 millones de euros), seguida por la de bonito (5.110 ton y 17,5 millones de euros). La acuicultura es poco importante, ya que apenas hay 6 establecimientos que generan 19 puestos de trabajo. La producción bruta no supera los 500.000 euros. En el País Vasco hay 24 puertos pesqueros, siendo los más importantes los de Ondárroa y Guetaria. Están activas 87 empresas transformadoras de productos pesqueros. ○

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En el País Vasco hay unas 700 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 13.200 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 2.800 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 3.900 millones de euros.

La industria alimentaria del País Vasco representa el 2,5% del total nacional de empresas, el 3,6% de todas las personas ocupadas en este sector, el 4,2% de la compra de materias primas y el 4% del valor total de ventas de productos.

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria del País Vasco son los aceites y grasas, con una cifra muy próxima al 21% del total, vinos, con un 12,8%, y pan, pastelerías y pastas alimenticias, con un 9,8% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector es el de pan, pastelerías y pastas alimenticias, con el 30,2% del total, seguido de vinos (14,7%), industria del pescado (11,1%), y productos lácteos, con un total del 8,4%. ○

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	3.918
Industria cárnica	188
Industria del pescado	295
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	19
Aceites y grasas	816
Productos lácteos	317
Panadería y pastas alimenticias	384
Azúcar, café, infusiones y confitería	161
Otros productos diversos	198
Productos alimentación animal	183
Vinos	502
Otras bebidas alcohólicas	15
Aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	832

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

*En el País Vasco hay 24 puertos pesqueros, siendo los más importantes los de Ondárroa y Guetaria. Están activas 87 empresas transformadoras de productos pesqueros*



## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

El País Vasco cuenta con 2.170.000 habitantes y 7.089 km<sup>2</sup> de extensión, un 4,7% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya y Guipúzcoa concentran cerca del 85% de la población. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera en 25,2 puntos a la media nacional.

En el País Vasco hay 6.356 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. Vizcaya tiene el 52,2%; Guipúzcoa, el 35,0%; y Álava, el 12,8%. En el conjunto de la comunidad hay 898 supermercados y 31 hipermercados,

que suman un total de 582.274 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 268,5 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 633, un 1,5% sobre el total nacional. ○

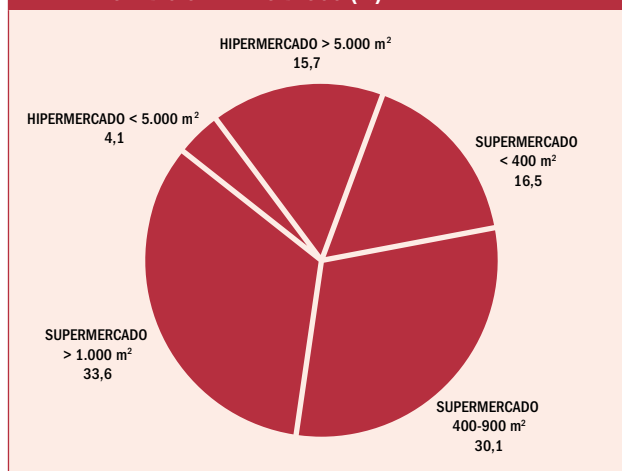


### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
PAÍS VASCO	24.168	6.356	482	271	145	31	633
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,2	5,7	4,1	4,5	3,7	6,4	1,5



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN PAÍS VASCO (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

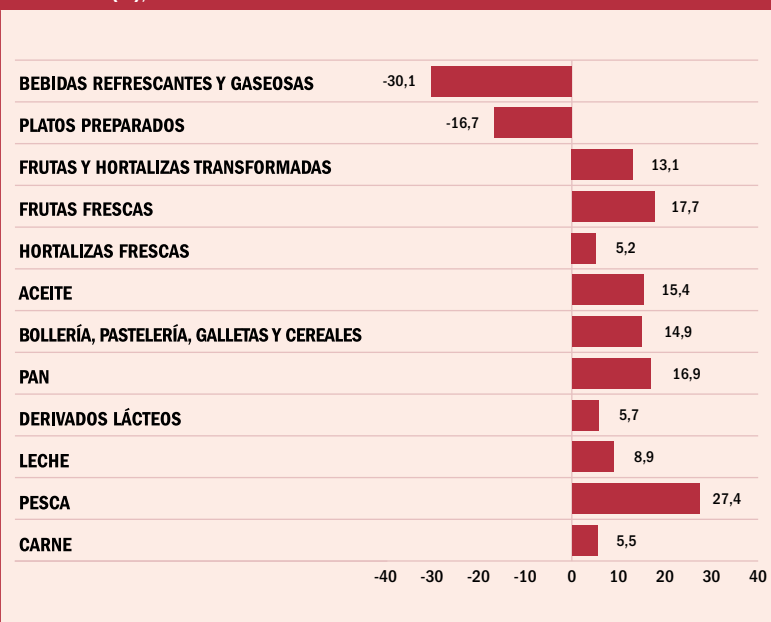
Durante el año 2017 el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 1.729,3 euros (un 16,9% superior a la media nacional). Carne (21,5%), pescado (15,4%), frutas frescas (9,7%), derivados lácteos (7,4%), hortalizas frescas (6,4%), pan (5,5%) y bollería, pastelería, galletas



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,0	1,3	25,5
CARNE	372,5	21,5	19,5
PESCA	266,1	15,4	35,3
LECHE	55,3	3,2	14,2
DERIVADOS LÁCTEOS	127,4	7,4	3,9
PAN	95,3	5,5	22,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	69,6	4,0	14,3
CHOCOLATES Y CACAOS	33,2	1,9	34,6
ACEITE	46,3	2,7	31,6
VINO	36,7	2,1	66,7
CERVEZAS	18,3	1,1	-18,8
ZUMO Y NÉCTAR	8,5	0,5	-10,4
PATATAS	24,1	1,4	3,2
HORTALIZAS FRESCAS	111,1	6,4	13,1
FRUTAS FRESCAS	166,9	9,7	24,0
FRUTOS SECOS	22,7	1,3	2,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	38,0	2,2	34,8
PLATOS PREPARADOS	52,7	3,0	-7,8
CAFÉS E INFUSIONES	25,3	1,5	1,5
AGUA MINERAL	6,1	0,4	-52,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	27,3	1,6	-18,4
OTROS PRODUCTOS	102,9	5,9	8,8
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.729,3</b>	<b>100,0</b>	<b>16,9</b>

## DESVIACIÓN DEL PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
26 unidades de huevos	39 litros de agua mineral
16 kilos de frutas frescas	12 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
6 litros de leche líquida	5 litros de cerveza
6 litros de leche envasada	2 kilos de platos preparados
6 kilos de pescado	2 litros de leche semidesnatada
6 litros de leche esterilizada	1 litro de zumo y néctar
5 kilos de pan	1 kilo de arroz
4 litros de vino y derivados	1 kilo de helados y tartas
3 kilos de carne	1 kilo de queso
3 kilos de hortalizas frescas	1 litro de batidos de leche
3 kilos de yogurt	1 kilo de carne congelada
2 litros de aceite	1 kilo de carne de cerdo

y cereales (4%) 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 (66,7%), pescado (35,3%), frutas y hortalizas transformadas (34,8%) y chocolates y cacao (34,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-52,1%), cervezas (-18,8%), bebidas refrescantes y gaseosas (-18,4%) y zumos y néctares (-10,4%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona del País Vasco consumió 160 huevos, 50,2 kilos de carne, 30,2 kilos de pescado, 76,1 litros de leche, 37,2 kilos de derivados

lácteos, 38 kilos de pan, 13,5 litros de aceite, 13,5 litros de cerveza, 58,3 kilos de hortalizas frescas, 108,9 kilos de frutas frescas, 11,5 kilos de platos preparados, 22 litros de agua embotellada y 29 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en el País Vasco se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de pescado (27,4%), frutas frescas (17,7%), pan (16,9%), aceite (15,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (14,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-30,1%) y en platos preparados (-16,7%). ○



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares alcanzan los 11.634 locales –un 4,2% sobre el total de España–. Vizcaya cuenta con el 54,4%, el 31,4% Guipúzcoa y el 14,5% Álava. El equipamiento de restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles del País Vasco oscila entre el séptimo y el decimocuarto 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	11.634	3.464	7.942	228	28.546
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,2	4,5	4,3	1,4	1,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS DE PAÍS VASCO

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ARABAKO TXAKOLINA (TXAKOLÍ DE ÁLAVA) ◊  
 BIZKAIKO TXAKOLINA (TXAKOLÍ DE VIZCAYA) ◊  
 CAVA \*\*/◊  
 GETARIAKO TXAKOLINA (TXAKOLÍ DE GETARIA) ◊  
 RIOJA (DOCa) \*\*/◊

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## QUESOS

IDIAZÁBAL \*\*/◊

## 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 OILASKO (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

HEGALUZZEA  
 (BONITO DEL NORTE)

## LÁCTEOS

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

## HUEVOS

EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)

\*\* Denominación compartida con otras CC AA  
 DOCa: Denominación de Origen Calificada  
 ◊ Inscrita en el Registro de la UE

## PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA

### AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Región de Murcia en 2017 se estimó en 2.784 millones de euros (un 1% más que en 2016) de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.078 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 666 millones de euros. El resto de la PFA (unos 40 millones) fueron aportaciones de otros sectores y servicios agrarios.

Los inputs pagados por el sector agrario murciano (fertilizantes, fitosanitarios, etc.) se mantuvieron y la Renta Agraria se situó finalmente en 1.430 millones de euros, según las mismas estimaciones.

El valor generado por las hortalizas murcianas representó el 47% de la PFV, mientras que las frutas frescas aportaron el 17%, los cítricos el 14%, las flores y plantas el 5%, y el resto fueron otras producciones.

La Región de Murcia lideró la cosecha nacional de frutas y hortalizas, destacando en albaricoque, limón, pomelo, apio, brócoli y alcachofa.

A efectos de calcular la renta agraria, el sector de hortalizas generó 977 millones de euros, el de las frutas frescas 349 millones de euros y el de los cítricos, 285 millones de euros en 2017.

La producción de cítricos de la campaña 2017/2018 fue peor debido a la escasez de agua que afectó a los árboles. En conjunto, se produjeron 881.000 toneladas, un 2% menos que en el año anterior, de las que 575.000 toneladas correspondieron al limón. La Región de Murcia aportó el 60% de la cosecha nacional aproximadamente.

Por su lado, la producción de vino y mosto quedó en 679.600 hectolitros, (muy por debajo de la producción de 2016). Del volumen total elaborado, el grueso eran vinos con Denominación de Origen Protegida o IGP.

En cuanto al aceite de oliva, la producción murciana de la campaña 2017/2018 rondó las 15.800 toneladas, más del doble que en el año precedente.

Dentro del sector ganadero el subsector que más aporta es el porcino, que en el año 2017 alcanzó un valor de 400 millones de euros, el 60% de toda la PFG. El sector bovino, con 81 millones de euros, representa el 12% del total, y en tercer lugar el subsector de las aves (5,2%).

Por su lado, la aportación del sector lácteo se elevó a 54,9 millones de euros en 2017, un 8% más que en el año ante-

### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS DE REGIÓN DE MURCIA

PRODUCTO	MILES DE TONELADAS
	AÑO 2017
TRIGO	8,8
CEBADA	22
MAÍZ	1
ARROZ CÁSCARA	2
ALMENDRA CÁSCARA	29,2
SANDÍAS	221,8
MELONES	180
MANZANAS MESA	2
PERAS	25,2
ALBARICOQUES	91
MELOCOTONES	254
CIRUELAS	15
UVAS DE MESA	180
NARANJAS	137,8
MANDARINAS	123,8
LIMONES	555,7
COLIFLORES	15
PATATAS	200
TOMATES	211
LECHUGAS	405,7
PIMIENTOS	165,8
ALCACHOFAS	96,6
BRÓCOLI	211
APIO	60
CEBOLLAS	42
ACEITE DE OLIVA	15,8
VINOS Y MOSTOS	679,6 (Miles de hl)
CABAÑA BOVINA	79,8 (miles de cabezas)
CABAÑA OVINA	594 (miles de cabezas)
CABAÑA CAPRINA	214,7 (miles de cabezas)
CABAÑA PORCINA	1870 (miles de cabezas)
CARNE DE AVES	30
LECHE DE CABRA	61,6
LECHE DE VACA	59,6

FUENTE: MAPA

rior gracias a la subida de los precios fundamentalmente. El grueso de la producción láctea correspondió a la leche de vaca (59.600 toneladas), pues la de oveja y cabra es minoritaria.

La cabaña bovina superó los 79.800 cabezas, mientras que la ovina alcanzó las 594.000 cabezas (por debajo de 2016) y la caprina las 214.700 cabezas, cifra superior a la de un año antes. En todo caso, el porcino es la cabaña ganadera por excelencia en Murcia, y en 2017 contaba con un censo 1,9 de millones de cabezas.



En cuanto al comercio exterior, las exportaciones crecieron en 2017, pero menos que en el año anterior. Así, el valor alcanzado por las ventas al exterior ascendió a 4.785,6 millones de euros, el 10% del total nacional y un 1,7% más que en 2016. Las importaciones de alimentos y productos agrícolas alcanzaron un valor de 1.588 millones de euros, un 0,3% menos que en el año precedente. El principal destino de las exportaciones de Murcia fue Alemania (17% del total), seguido de Reino Unido (15%). ●

## PESCA

En la comunidad de Murcia hay 177 embarcaciones pesqueras (1,9% del total nacional), con un arqueo de 2.682 GT, una potencia de 13.687 CV y una eslora promedio de 10,6 metros. La antigüedad media de todos esos buques es de 33 años. La pesca desembarcada en los puertos de la región fue de 4.115 toneladas de peces, 120,3 toneladas de crustáceos y 66,5 toneladas de moluscos. Dentro de los peces destacan las capturas de boquerón (975 t.), caballa (624 t.) y alacha (527 t.). Las producciones acuícolas llegan hasta las 12.810 toneladas, con un valor de más de 88,5 millones de euros. La producción más importante es la de lubina, con 8.070 ton y casi 49 millones de euros, seguida por la de dorada (3.380 ton y 18,5 millones de euros) y atún rojo (1.360 ton y 21 millones de euros). En esta comunidad hay cuatro cofradías de pescadores (Águilas, Cartagena, Mazarrón y San Pedro del Pinatar) y 30 empresas de transformación de productos pesqueros. ○

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

En la Región de Murcia hay en torno a unas 600 industrias alimentarias, en las que trabajan unas 20.000 personas. Las compras de materias primas realizadas por estas industrias ascienden anualmente a unos 3.800 millones de euros y las ventas netas de productos a cerca de 5.800 millones de euros. La industria alimentaria de la Región de Murcia representa el 2,2% del total nacional de empresas, el 5,5% de todas las personas ocupadas en este sector, el 5,7% de la compra de materias primas y el 5,9% del valor total de ventas de productos.

### VENTAS NETAS DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN REGIÓN DE MURCIA (EN MILLONES DE EUROS)

Total industria alimentaria	5.799
Industria cárnica	1.199
Industria del pescado	98
Prep. y conservas de frutas y hortalizas	2.020
Aceites y grasas	840
Productos lácteos	99
Molinería y almidones	58
Panadería y pastas alimenticias	86
Azúcar, café, infusiones y confitería	219
Otros productos diversos	726
Productos alimentación animal	204
Vinos	108
Bebidas espirituosas	68

FUENTE: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación (D.G. de la Industria Alimentaria del MAPA), a partir de datos de la Estadística Estructural de Empresas Sector Industrial del INE.

*Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de la Región de Murcia son preparación y conservas de frutas y hortalizas, con cerca de un 35% del total, seguido de industrias cárnicas, con un 20,7%, y aceites y grasas, con un 14,5% del total*

Por ventas de productos, los subsectores más representativos en la industria alimentaria de la Región de Murcia son preparación y conservas de frutas y hortalizas, con cerca de un 35% del total, seguido de industrias cárnicas, con un 20,7%, y aceites y grasas, con un 14,5% del total.

En número de personas ocupadas, el primer subsector en la Región de Murcia es el de preparación y conserva de frutas y hortalizas, con el 30,8% del total, seguido de industrias cárnicas (27%), pan, pastelería y pastas alimenticias (10,3%), y azúcar, café, infusiones y confitería, con cerca del 7% del total. ○

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Región de Murcia tiene 1.475.000 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km<sup>2</sup>, un 3,2% y de un 2,3% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores murcianos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en cerca de 9,5 puntos. En esta comunidad autónoma hay 17.711 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la

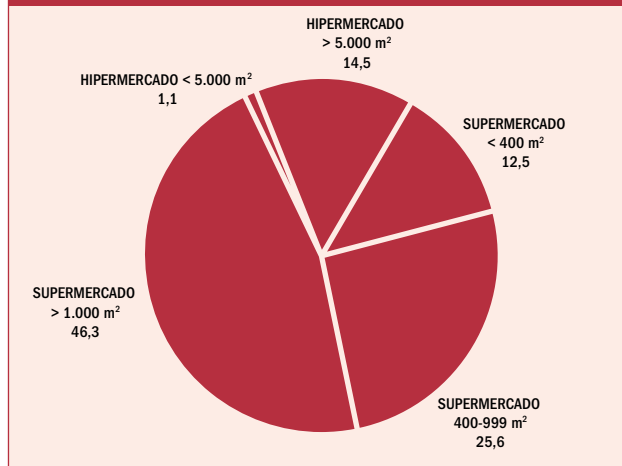
distribución de productos de alimentación se cuantifican en 2.944. En la Región de Murcia hay 543 supermercados y 14 hipermercados –estos 557 establecimientos suponen 397.832 m<sup>2</sup> y generan una densidad comercial de 269,9 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 2.003, un 4,8% del total nacional. ○

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA REGIÓN DE MURCIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
REGIÓN DE MURCIA	17.711	2.944	245	163	135	14	2.003
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	3,1	2,6	2,1	2,7	3,4	2,9	4,8



### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRE SERVICIO EN LA REGIÓN DE MURCIA (%)



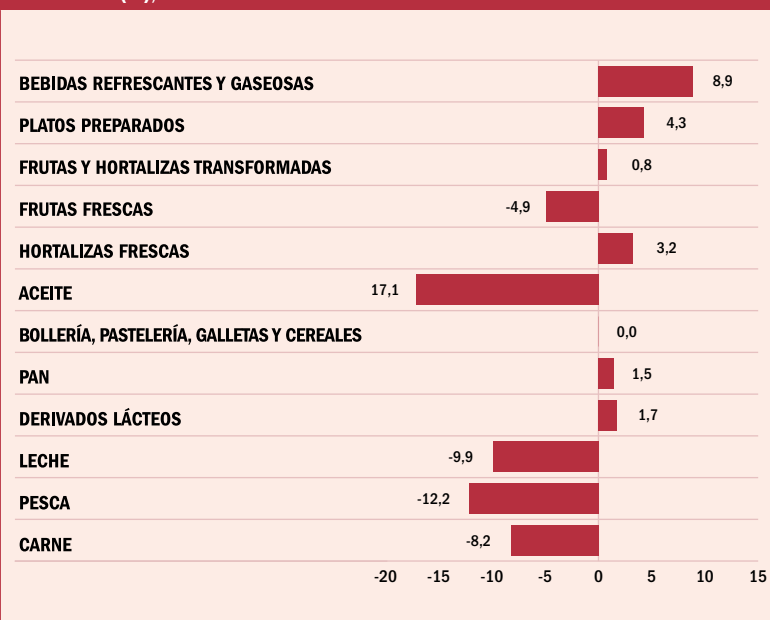
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2017 la Región de Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.415,3 euros (un 4,4% inferior a la media nacional). Carne (18,8%), pescado (12,4%), frutas frescas (9%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (6,7%), pan (5,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA REGIÓN DE MURCIA (HOGARES), 2017

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	16,8	1,2	-8,8
CARNE	266,7	18,8	-14,4
PESCA	176,0	12,4	-10,5
LECHE	44,8	3,2	-7,5
DERIVADOS LÁCTEOS	124,7	8,8	1,8
PAN	76,4	5,4	-2,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,2	4,3	-1,1
CHOCOLATES Y CACAOS	24,1	1,7	-2,0
ACEITE	27,6	1,9	-21,6
VINO	16,2	1,1	-26,4
CERVEZAS	29,6	2,1	31,3
ZUMO Y NÉCTAR	10,6	0,7	11,2
PATATAS	23,1	1,6	-1,1
HORTALIZAS FRESCAS	94,7	6,7	-3,6
FRUTAS FRESCAS	127,8	9,0	-5,0
FRUTOS SECOS	22,9	1,6	3,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,9	2,0	-1,2
PLATOS PREPARADOS	58,5	4,1	2,5
CAFÉS E INFUSIONES	26,6	1,9	6,6
AGUA MINERAL	16,9	1,2	32,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,4	2,6	8,7
OTROS PRODUCTOS	106,9	7,6	13,0
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.415,3</b>	<b>100,0</b>	<b>-4,4</b>

## DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2017



**CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA REGIÓN DE MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2017**

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
22 litros de agua mineral	4 kilos de frutas frescas
4 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	7 litros de leche líquida
3 litros de cerveza	7 litros de leche envasada
2 kilos de hortalizas frescas	4 unidades de huevos
1 kilo de derivados lácteos	4 kilos de carne
1 litro de batidos de leche	3 kilos de pescado
1 litro de batidos de yogur	2 litros de leches fermentadas
1 kilo de queso	2 litros de aceite de oliva
1 kilo de pan	2 litros de vinos y derivados
1 kilo de arroz	2 kilos de yogurt
1 litro de zumo y néctar	1 kilo de carne de cerdo
1 kilo de platos preparados	1 kilo de pastas alimenticias

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Región de Murcia cuentan con un gasto superior en agua mineral (32,4%), cervezas (31,3%), zumos y néctares (11,2%) y bebidas refrescantes y gaseosas (8,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-26,4%), aceite (-21,6%), carne (-14,4%) y pescado (-10,5%).

En términos medios, durante el año 2017 cada persona en la Región de Murcia consumió 130 huevos, 43,7 kilos de carne, 20,8 kilos de pescado, 63 litros de leche, 35,8 kilos de derivados lácteos, 33 kilos de pan, 9,7 litros de aceite, 28,9 litros

de cerveza, 57,2 kilos de hortalizas frescas, 88 kilos de frutas frescas, 14,4 kilos de platos preparados, 83,2 litros de agua embotellada y 45,2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas. Tomando como referencia la media nacional, en la Región de Murcia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (8,9%), platos preparados (4,3%), hortalizas frescas (3,2%), derivados lácteos (1,7%) y pan (1,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-17,1%), pescado (-12,2%), leche (-9,9%), carne (-8,2%) y frutas frescas (-4,9%). ○



**HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**

En Murcia hay 7.893 actividades para servicios de restauración y bares, un 2,8% sobre el conjunto nacional. El equipamiento en restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles oscila, a nivel nacional, entre el puesto nueve y el catorce. ○

**HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MURCIA**

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
REGIÓN DE MURCIA	7.893	1.743	5.579	571	17.103
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	2,8	2,3	3,0	3,4	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2018) e INE (2018).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MURCIA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## ARROCES

CALASPARRA \*\*/◊

## CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE MURCIA ◊

## FRUTAS

PERA DE JUMILLA ◊

## QUESOS

QUESO DE MURCIA ◊

QUESO DE MURCIA AL VINO ◊

## VINOS

BULLAS

JUMILLA \*\*

YECLA



## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

## VINOS DE LA TIERRA

CAMPO DE CARTAGENA

MURCIA



## 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

## ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

## JAMONES

JAMÓN SERRANO ◊



## AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA REGIÓN DE MURCIA

## MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

AGUA MINERAL NATURAL

LONGANIZA IMPERIAL DE LORCA

QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

\*\* Denominación compartida en otras CC AA ◊ Inscrita en el Registro de la UE

<b>ADORA</b>	<b>DESPLIEGABLE CONTRAPORTADA</b>	<b>FUNDACIÓN HAZI</b>	<b>530</b>
<b>ANECOOP SDAD. COOP.</b>	<b>109</b>	<b>GIROPOMA COSTA BRAVA, S.L.</b>	<b>103</b>
<b>ANVISA - ANTONIO VILLORIA, S.A.</b>	<b>209</b>	<b>GRUPO LECHE RIO, S.A.</b>	<b>171</b>
<b>ASPROCAN plátano de canarias</b>	<b>109</b>	<b>IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA)</b>	<b>121</b>
<b>BORD BIA - IRISH FOOD BOARD</b>	<b>205</b>	<b>LORD SANDWICHES, S.L.</b>	<b>333</b>
<b>CASA SOMORROSTRO, S.L.</b>	<b>PÁGINA RÍGIDA</b>	<b>MERCABARNA</b>	<b>29</b>
<b>CENTRO SUR, S. COOP. AND.</b>	<b>129</b>	<b>MERCAMADRID</b>	<b>139</b>
<b>CMR GROUP</b>	<b>DESPLIEGABLE PORTADA</b>	<b>QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P.</b>	<b>195</b>
<b>CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA</b>	<b>113</b>	<b>REAL CASA DE LA MONEDA- FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE</b>	<b>391</b>
<b>D.O.P. UVA DE MESA EMBOLSADA DEL VINALOPÓ</b>	<b>99</b>	<b>RIJK ZWAAN IBÉRICA, S.A. - SALANOVA</b>	<b>123</b>
<b>DRONAS 2002, S.L. (INTEGRA2)</b>	<b>45</b>	<b>TOYOTA MATERIAL HANDLING ESPAÑA, S.A.</b>	<b>21</b>
<b>EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.</b>	<b>201</b>	<b>UVASDOCE</b>	<b>CONTRAPORTADA</b>
<b>ENAC</b>	<b>17</b>		



# Adora<sup>®</sup>

PASIÓN POR EL SABOR



 CASI



lapalma

 Bio Sabor

UNICA

Follow us:   

[www.tomato-adora.com](http://www.tomato-adora.com)



# Adora<sup>®</sup>

PASIÓN POR EL SABOR



 CASI



lapalma

 Bio Sabor

UNICA

Follow us:   

[www.tomato-adora.com](http://www.tomato-adora.com)

# Adora<sup>®</sup>

PASIÓN POR EL SABOR



 CASI



lapalma

 Bio Sabor

UNICA

Follow us:   

[www.tomato-adora.com](http://www.tomato-adora.com)







Conoce todas nuestras variedades a través de 'Nuestras Imprescindibles' en [Uvasdoce.com](http://Uvasdoce.com)

**uvasdoce**  
grapes producer exporter importer

